

**GAYA KOMUNIKASI DAKWAH MAMA DEDEH
PADA PROGRAM MAMAH DAN AA' DI INDOSIAR**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Meperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Oleh:

MUHAMMAD ROSYID ARDIYANSAH

121211064

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2019

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar
Hal : Persetujuan Skripsi

Kepada Yth.
Bapak Dekan
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara :

Nama : Muhammad Rosyid Ardiyansah
NIM : 121211064
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Konsentrasi : KPI / Televisi Dakwah
Judul : Gaya Komunikasi Dakwah Mama Dedeh pada program
"Mama dan Aa" di Indosiar

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 10 Juli 2019

Bidang Substansi Materi

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan tata Tulis

Dr. H. Najahan Musvafak, M.A
NIP. 197010201995031001

Nilnan Ni'mah, S.Sos.I., M.S.I.
NIP. 198002022009012003

SKRIPSI

**GAYA KOMUNIKASI DAKWAH MAMA DEDEH
PADA PROGRAM MAMAH DAN AA' DI INDOSIAR**

Disusun Oleh:

Muhammad Rosyid Ardiansyah

121211064

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 22 Juli 2019 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I

Dr. H. Fachrur Rozi, M.Ag.
NIP. 19690501 199403 1 001

Sekretaris/Penguji II

Nilnan Ni'mah, S.Sos.I., M.S.I.
NIP. 19800202 200901 2 003

Penguji III

Hj. Maya Rini Handayani, M.Kom.
NIP. 19760505 201101 2 007

Penguji IV

Dra. H. Amelia Rahmi, M.Pd.
NIP. 19660209 199303 2 003

Mengetahui,

Pembimbing I

Dr. H. Naifhan Musvafak, M.A.
NIP. 19701020 199503 1001

Pembimbing II

Nilnan Ni'mah, S.Sos.I., M.S.I.
NIP. 198002022009012003

Disahkan Oleh

KEMENTERIAN Agama dan Dakwah dan Komunikasi
pada tanggal 22 Juli 2019



Abdullah Pimay, Lc., M.A.
NIP. 19610727 200003 1 001

untuk disebut sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran maupun masukan sangat penulis harapkan. Meskipun dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada, penulis tetap berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin... Ya Robbal 'Alamin.....

Semarang, 1 Juli



KATA PENGANTAR

Tiada daya dan upaya, kecuali dengan pertolongan Allah SWT. Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadiran ALLAH Subhananu wa ta'ala, yang senantiasa memberikan segala kesehatan, segala kenikmatan, segala keberkahan, segala pertolongan, dan segala pedoman kepada penulis sebagai Hamba-Nya, sehingga terselesaikanlah penyusunan skripsi ini sebagaimana adanya.

Shalawat serta salam semoga senantiasa dihaturkan, disanjungkan, dicurahkan, dan disenandungkan kepada sebaik-baik Nabi dan Rasul, Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, para sahabatnya dan orang-orang yang diakui dan ingin ingin diakui sebagai umatnya.

Penyusunan skripsi ini merupakan penyusunan terberat dalam hidup sekarang ini. Dengan sadar, banyak halangan dan rintangan yang menghalangi dan merintangangi dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan keterampilan yang penulis miliki. Sebagaimana “akan ada pelangi setelah turunnya hujan oleh Tuhan”, Segala puji bagi Allah, selesailah beban badan dan pikiran ini.

Dengan segala ketidakmampuan penulis, terselesaikanlah penelitian yang penulis jalalni sehingga menghasilkan karya tulis ini. Dengan 100% di atas sadar, hal tersebut tidak akan terwujud andaikan tiada bantuan dan pertolongan yang senantiasa penulis terima dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis sampaikan rasa terima kasih yang murni kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang, beserta para wakil-wakil Rektor, yang telah memberikan kesempatan kepada saya arti bangku kemahasiswaan.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi di universitas ini, Dr. H. Awaluddin Pimay, Lc., M.A., yang senantiasa membimbing, mengarahkan, dan dan memberikan motivasi kepada penulis demi terselesaikannya masa studi ini.
3. Bapak Dr. H. Najahan Musyafak, M.A., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Nilnan Ni'mah, S.Sos.I., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing II, yang senantiasa

bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

4. Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, para dosen pengajar di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, yang senantiasa membekali berbagai ilmu dan pengetahuan sehingga dapat terselesaikanlah skripsi ini.
5. Dosen Penguji I dan Penguji II, yang telah memberikan masukan dan sumbangsih perbaikan demi tersusunnya dan rapinya penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang mengajarkan tentang makna kehidupan dan hakikat perjuangan dalam menggapai mimpi dan cita-cita.
7. Teman-teman KPI-B 2012, Posko KKN 79 Bangetayu Kulon, serta teman-teman seperjuangan dalam mencapai kelulusan dan kehidupan yang lebih baik.
8. Si "Bawel" yang telah mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini dan membangkitkan penulis dalam menjalani kehidupan yang lebih baik dan yang selalu mengingatkan penulis dalam shalat serta yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta perhatiannya kepada penulis .
9. Mantan pengurus IMADE, SEMA-FDK dan SEMA-U Walisongo Semarang, PMII RADA, dan Teater Soko Bumi, di sinilah penulis mengenal arti sebuah organisasi dan tanggung jawab. Hidup tanpa organisasi bagi penulis ibarat sayur tanpa garam.
10. Teman-teman angkatan 2012 dari jurusan KPI, BPI, PMI, dan MD yang masih tersisa dan sama-sama berjuang sampai titik darah penghabisan.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang secara langsung memberikan kontribusi besar dalam penyelesaian skripsi ini.

Do'a penulis untuk Beliau semua, "Semoga Allah membalas semua amal kebaikan beliau semua dengan balasan yang lebih dari yang mereka berikan pada penulis". Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh untuk disebut sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran maupun masukan sangat penulis harapkan. Meskipun dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada, penulis tetap berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin... Ya Robbal 'Alamin.....

Semarang, 1 Juli 2019

Penyusun

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Bapak Drs. H. M. Gihan Supeno dan Ibu Dra. Rosyidah, yang tiada henti dalam berdo'a dan memberikan bimbingan serta pengarahan dalam pencapaian keberhasilan sekarang dan yang akan datang. Tanpa motivasi Bapak dan Ibu, skripsi ini tidak akan terselesaikan.
2. Si "Bawel" yang selalu 'cerewet' dalam memberikan pengarahan kepada penulis dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.
3. Dosen-dosen yang senantiasa memberikan ilmu, petunjuk, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi penulis.
4. Teman-teman angkatan 2012, teman-teman IMADE UIN Walisongo Semarang, Sahabat-Sahabati PMII Rayon Dakwah Komisariat Walisongo Semarang, anggota Posko KKN 79 Bangetayu Kulon, yang selalu memberikan dukungan hingga sekarang
5. Pihak-pihak yang telah membantu dalam terselesaikannya skripsi ini.

MOTTO

Ikutilah kata hatimu dan selalu yakinlah pada dirimu sendiri. Jangan pernah takut salah.
Jalani hidup seperti air yang mengalir.

(Muhammad Rosyid Ardiyansah)

ABSTRAK

Muhammad Rosyid Ardiyansah (121211064) dengan judul penelitian Gaya Komunikasi Dakwah Mama Dedeh pada program “Mama dan Aa” di Indosiar. Setiap agama yang ada di dunia mempunyai tujuan untuk menyebarkan ajaran kebenaran kepada seluruh umat manusia. Usaha untuk menyebarkan kebenaran agama yang datang dari Tuhan sebagai suatu tugas suci dan pengabdian kepada Tuhan Yang Maha Esa yang disebut dakwah. Dakwah islam sebagai aktifitas maupun sebagai ilmu tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi komunikasi. Agar pesan dakwah dapat diterima secara efektif maka hal yang perlu diperhatikan adalah gaya komunikasi. Gaya komunikasi efektif mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat dalam komunikasi.

Penelitian Gaya Komunikasi Dakwah Mama Dedeh Pada Program Mamah Dan Aa’ Di Indosiar bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis gaya komunikasi Mama Dedeh pada program Mamah dan Aa’ di Indosiar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati siaran Mamah dan Aa sepanjang 8 (delapan) episode di youtube. Teknik pengumpulan data secara dokumentasi dan studi pustaka. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis model Miles and Huberman. Aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah yang disampaikan oleh Mamah Dedeh pada Acara “Mamah dan Aa Beraksi” dalam penelitian ini dapat dilihat dari pemilihan bahasa, pemilihan kata, teknik pengucapan, dan penyampaian sumber pesan dalam komunikasi. Pemilihan bahasa yang digunakan Mamah Dedeh dalam berdakwah adalah bahasa Indonesia dengan ciri khas bahasa Mamah Dedeh yaitu betawi dan sunda. Penyampaian dengan bahasa yang baik mudah dipahami oleh *audience*, jama’ah, mad’u. kedua, pemilihan kata menyesuaikan pesan yang disampaikan secara terstruktur kepada *audiens*. Ketiga, teknik pengucapan menggunakan suara yang keras dan ketegasan dalam memberikan hukum Islam. Keempat, sumber pesan yang dapat dipertanggungjawabkan dari Al-Qur’an dan hadist.

Kata Kunci: *Gaya Komunikasi, Dakwah, Televisi.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap agama yang ada di dunia mempunyai tujuan untuk menyebarkan ajaran kebenaran kepada seluruh umat manusia. Agama Islam dalam penyebaran syari'at Islam telah dimulai sejak diutusnya Nabi Muhammad SAW. Usaha untuk menyebarkan kebenaran agama yang datang dari Tuhan sebagai suatu tugas suci dan pengabdian kepada Tuhan Yang Maha Esa yang disebut dakwah. Dakwah pada intinya menyeru kepada jalan Allah agar mereka beriman merupakan kewajiban setiap muslim (Zaidan, 1980: 2). Kesadaran akan pentingnya dakwah perlu ditanamkan pada setiap muslim, karena hal tersebut merupakan perintah Allah SWT kepada manusia dengan hikmah, pelajaran yang baik, ataupun dengan berdebat dengan cara yang lebih baik.

Dakwah islam sebagai aktifitas maupun sebagai ilmu tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi komunikasi. Komunikasi merupakan bagian dari salah satu tindakan yang mempengaruhi yang dapat menggunakan cara persuasif. Maksud komunikasi persuasif dalam kerangka dakwah adalah komunikasi yang senantiasa berorientasi pada segi-segi psikologis mad'u (*audiens*) dalam rangka membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan melaksanakan ajaran Islam (Ilaihi, 2010: 125). Agar pesan dakwah dapat diterima secara efektif maka hal yang perlu diperhatikan adalah gaya komunikasi. Gaya komunikasi efektif mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat dalam komunikasi. Gaya komunikasi efektif akan memberikan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima sehingga bahasa lebih jelas, lengkap, pengiriman dan umpan balik seimbang dan melatih penggunaan bahasa nonverbal secara baik.

Berdasarkan hal tersebut, komunikasi dakwah dapat dipandang sebagai suatu perwujudan respon kalangan disiplin ilmu dalam rangka ikut serta menjawab tantangan dan tuntutan dakwah. Komunikasi dakwah harus terus mengikuti perkembangan peradaban manusia. Program komunikasi dakwah dapat dilakukan melalui media massa seperti TV (televisi), surat kabar, majalah, radio, dan film. Belum lagi munculnya media *online* (internet). Perkembangan media massa ini merupakan kebutuhan dalam mendukung berbagai aktifitas masyarakat. Semakin tepat dan efektif media yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada komunikasi dakwah, untuk mencapai maksimalitas dari tujuan dakwah.

Televisi sebagai media dakwah adalah suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern, yang mana dengan pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh aktifitas dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal baik secara kuantitatif dan kualitatif (Syukir, 1983: 177). Televisi dapat berfungsi sebagai alat pendidikan, dalam arti luas sebagai pendidikan informasi untuk mencerdaskan kehidupan masyarakat dalam bentuk menambah pengetahuan dan keterampilan. Dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat, fungsi melaksanakan kontrol sosial terutama dapat dilihat dalam bentuk memberi evaluasi pengawasan dan kritikan terhadap upaya pembangunan bangsa. Media dakwah melalui televisi memiliki keunggulan dibanding dengan media-media dakwah lainnya, yaitu televisi dapat dilihat dan didengar oleh seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri sekalipun.

Penyampaian dakwah melalui televisi dilakukan dalam bentuk ceramah. Ceramah adalah suatu teknik atau metode dakwah yang dapat menampakkan ciri karakteristik bicara oleh seorang da'i pada suatu aktifitas dakwah. Ceramah dapat pula bersifat propaganda, kampanye, berpidato, khutbah, sambutan, mengajar dan sebagainya. Ceramah juga merupakan pidato yang bertujuan memberikan nasehat dan petunjuk-petunjuk sementara ada audien yang bertindak sebagai pendengar. Ceramah dapat dilaksanakan kapan saja, tidak ada rukun dan syaratnya, tidak ada mimbar tempat khusus

pada pelaksanaannya, waktu tidak dibatasi dan siapapun boleh berdakwah, dapat dilakukan dengan cara kreatif dan inovatif.

Tayangan program “Mama dan Aa” sebuah *talk show* yang berisi ajaran nilai-nilai dakwah yang berpedoman kepada Al-Qur’an dan As-Sunnah. Acara ini juga berfungsi sebagai medium penyeimbang (*balance*), refleksi dan koreksi terhadap persoalan Agama Islam yang dikupas secara interaktif dan menyeluruh. Hadirnya Mama Dedeh yang memiliki keahlian dalam bidang ilmu keagamaan yang berperan sebagai narasumber, dalam acara ini Mamah tidak hanya sendiri namun didampingi oleh Abdel sebagai host atau pembawa acara. Acara Mama dan Aa ditayangkan setiap hari pagi pukul 05.00-06.00 WIB di INDOSIAR.

Pada tahun 2015 acara Mamah dan Aa pernah menempati *sharing audience* pertama pada program televisi religi: 1) Mamah Dan Aa' (44,70%), 2) Indahnya Kebersamaan (35,00%), 3) Cahaya Hati (25,80%), 4) Risalah (20,80%) 5) Kata Ustadz Solmed (18,40%) (www.kpi.go.id).

Masalahnya adalah bagaimana program Mama dan Aa mempertahankan eksistensinya selama ini dan apa keunggulan pada program acara ini dengan program religi lainnya. Deddy Mulyana dalam karyanya, yang berjudul “Komunikasi Efektif,” menjelaskan bahwa komunikasi itu memiliki berbagai jenis, gaya dan karakter yang berbeda yang dapat kita temui di muka bumi ini. Sebagai seorang pakar komunikasi, Mulyana menambahkan bagaimana seseorang mampu membangun citra dirinya melalui komunikasi efektif ketika akan berhadapan dengan “orang-orang Asing”, terutama mereka yang punya latar belakang berbeda.

Gaya komunikasi dapat dibedakan ke dalam bentuk komunikasi tinggi dan gaya komunikasi konteks rendah (Mulyana, 2016: 129). Gaya bicara komunikasi konteks tinggi ini, orang lebih suka bicara secara implicit (halus, diam-diam), tidak langsung, dan suka basa-basi. Salah satu tujuannya, untuk memelihara keselarasan kelompok dan tidak ingin berkonfrontasi (bertentangan), maksudnya agar tidak mudah menyinggung perasaan orang lain. Komunikasi budaya konteks tinggi, cenderung lebih tertutup dan mudah

curiga terhadap pendatang baru atau orang asing. Sementara gaya komunikasi dalam konteks rendah, biasanya digunakan oleh orang-orang yang memiliki pola pikir linier. Selain itu komunikasi konteks rendah, cepat dan mudah berubah karena tidak mengikat kelompok.

Peneliti memilih program ceramah Mama Dedeh dikarenakan sosok wanita yang sering tampil di layar televisi memberikan siraman rohani memiliki ciri khas komunikasi yang berbeda karena dalam komunikasi yang disampaikan oleh Mamah Dede lebih blak-blakan atau jujur. Itu termasuk saat menjawab pertanyaan dari para pemirsanya. Meski gaya komunikasi yang disampaikan Mama Dedeh itu ceplas-ceplos, Mamah Dedeh memiliki banyak pengagum. Pada penelitian ini akan mengkaji dari sudut teori gaya komunikasi (*communication style*) dakwah Mama Dedeh dalam program “Mamah dan Aa” yang selama ini dianggap pemirsa sangat efektif dalam komunikasi dakwahnya apakah gaya komunikasi “*high context*” atau “*low context*”.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dan menuangkannya dengan judul “GAYA KOMUNIKASI DAKWAH MAMA DEDEH (Pada Program Mamah dan Aa’ di Indosiar)”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana gaya komunikasi dakwah Mamah Dedeh pada program Mamah dan Aa’ di Indosiar?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Dengan mengungkapkan uraian di atas, terdapat tujuan yang hendak dicapai, yaitu untuk mengetahui dan menganalisis gaya komunikasi Mamah Dedeh pada program Mamah dan Aa’ di Indosiar.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari berbagai kalangan, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi pengetahuan khususnya pada disiplin ilmu komunikasi untuk pengembangan penelitian mengenai gaya komunikasi dalam menyampaikan sebuah pesan, ide atau gagasan sehingga komunikasi menjadi efektif dan tujuan yang diharapkan tercapai.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas ajaran agama dengan cara berdakwah melalui ceramah.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai wahana untuk mempertajam daya nalar peneliti dalam bidang keagamaan.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari kesamaan penelitian dan plagiasi, maka akan diuraikan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ferdian (2013) dengan judul: *“Analisis Deskriptif Gaya Komunikasi Ustadz Soleh Mahmoed (Ustadz Solmed) dalam Berdakwah”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi Ustadz Solmed dalam berdakwah dan pandangan kolegan terhadap gaya komunikasi Ustadz Solmed ketika menyampaikan dakwah dalam konteks Islam melalui ceramah atau maupun pidato dalam forum ceramah. metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Penulis bermaksud meneliti dengan menganalisis gaya komunikasi Ust. Solmed dalam berdakwah melalui wawancara dengan beberapa teman dan jama'ah Ust. Solmed serta mengamati melalui rekaman audio visual (youtube) Ust. Solmed. Dan itulah beberapa yang dapat dijadikan Penulis sebagai alasan atau landasan, mengapa topik ini diangkat dan dijadikan sebuah penelitian dan karya ilmiah yang berjudul “Analisis Deskriptif Gaya

Komunikasi Ustad Soleh Mahmoed (Ustadz Solmed) Dalam Berdakwah”. Atas dasar itulah penelitian ini sangat penting untuk dilaksanakan.

Dalam skripsi ini disimpulkan bahwa komunikasi Ustadz Soleh Mahmoed menunjukkan lebih condong pada gaya komunikasi konteks rendah yang ditandai dengan jelas, lugas, tulus, santun, dan juga ada perpaduan antara sisi-sisi positif gaya komunikasi konteks tinggi dan gaya komunikasi konteks rendah yang ditandai dengan ketulusan, kejernihan, keterbukaan, keterusterangan, kesederhanaan, dan kesantunan dalam berbicara.

Kedua, penelitian Yulista (2016) dengan judul: “*Gaya Komunikasi Mubaligh Dalam Sorotan Publik*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kajian teoritis terkait dengan gaya komunikasi mubaligh yang menjadi sorotan publik tanpa bermaksud untuk memperkeruh/menjatuhkan citra mubaligh. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa penggunaan gaya komunikasi yang tepat akan menyukkseskan penyampaian dakwah itu sendiri namun sebaliknya jika gaya komunikasi tersebut kurang tepat digunakan maka akan menimbulkan masalah lainnya padahal jika dilihat kasus ini sebenarnya hanyalah dilihat dari gaya komunikasi mubaligh yang kurang tepat dalam penggunaan penempatan suatu kata. Oleh karena itu menjadi pembelajaran yang penting bahwa mad’u memiliki arti penting dalam perannya sebagai penerima pesan. Gaya komunikasi yang terlanjur dianggap mengecewakan publik (mad’u) bisa terjadi dan ini adalah bagian keterbatasan mubaligh sebagai manusia.

Ketiga, penelitian Ma’arif (2009) dengan judul: “*Pola Komunikasi Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola Komunikasi Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat dalam Membina Kehidupan Beragama Jamaahnya di Bandung. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini disimpulkan bahwa gaya komunikasi Aa Gym dramatic dan *friendly* sedangkan KH. Jalal memiliki gaya *contentious* dan *opened*. Kategori isi pesan komunikasi dakwah Aa Gym

adalah: (1) ma'rifatullah; (2) akhlak, ukhuwwah Islamiyah, dan keluarga sakinah; serta (3) kepemimpinan dan kemandirian. Sedangkan isi pesan komunikasi dakwah KH. Jalal kategorinya adalah: (1) pembinaan Akhlak, persaudaraan yang inklusif, dan pluralisme; (2) sejarah Islam berpendekatan kritis mengetengah-kan fakta-fakta; (3) psikologi agama dan makna kebahagiaan yang membentuk sikap positif dan beramal saleh. Komunikasi dakwah keduanya memiliki pola yang ajek yang dilakukan oleh masing-masing dai. Pola itu lahir dari aktivitas komunikasi dakwah yang berkelanjutan. Pola komunikasi dakwah Aa Gym adalah semi delivering extemporaneously dan impromptu yang cocok untuk membina hati dan perasaan, memotivasi diri. Sedangkan pola komunikasi KH. Jalal adalah semi reading manuscript dan delivering extemporaneously cocok untuk membentuk berpikir kritis.

Keempat, penelitian Sa'adah (2005) dengan judul: "*Perspektif Dakwah Terhadap Konser Zikir Muhammad Arifin Ilham*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perspektif dakwah terhadap konsep zikir Muhammad Arifin Ilham, metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode deskriptif. Dalam skripsi ini disimpulkan bahwa dari perspektif dakwah, zikir berjama'ah Arifin Ilham termasuk dalam ruang lingkup kegiatan dakwah, dan sekaligus menjadi media dakwah. Kalau dari metode dakwah, Arifin Ilham cenderung kepada metode demonstrasi, yaitu ia mempraktekkan zikirnya secara langsung pada jama'ahnya, dan secara aktif mengajak jama'ah untuk mengikuti bacaan-bacaannya serta gerakan-gerakannya.

Kelima, "*Analisis Pola Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Asing UIN Jakarta: Perspektif Gegar Budaya*" yang disusun oleh Hidayat (2011) lulusan Fakultas Ilmu dan Ilmu Komunikasi, yang garis besarnya berisi budaya dimana budaya merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam kegiatan proses komunikasi pada lintas budaya.

Perbedaan penelitian sebelum dengan penelitian ini adalah pada penelitian-penelitian sebelumnya objek penelitian yang dibahas adalah

dakwah Ustadz Soleh Mahmoed (Ustadz Solmed), KH. Abdullah Gymnastiar, KH. Jalaluddin Rakhmat, dan Muhammad Arifin Ilham sebenarnya pada penelitian Yu

listia (2016) juga membahas tentang gaya komunikasi dakwah Mama Dedeh namun tidak membahas secara rinci gaya komunikasi dalam penelitian tersebut hanya mengambil kata yang dianggap negatif saja, sedangkan dalam penelitian ini akan mengkaji gaya komunikasi dakwah Mama Dedeh pada program Mamah dan Aa' di Indosiar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang gaya komunikasi dari metode dakwah.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Moleong, 2007: 5). Sedangkan penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berisi kutipan-kutipan data yang memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

Penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif dilakukan berdasarkan teori Gaya Komunikasi (*commucation Style*) melalui pengamatan penulis terhadap siaran dakwah Mama Dedeh dalam program "Mama dan Aa" di Indosiar. Analisis isi berupaya menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari subjek itu sendiri (Ahmadi, 2016: 15).

2. Definisi Konseptual

Penelitian ini membatasi gaya komunikasi dakwah dengan indikator sebagai berikut (Amelia, 2017: 37):

- a. Pemilihan bahasa

Pemilihan bahasa adalah memilih “sebuah bahasa secara keseluruhan” dalam suatu komunikasi. Dalam masyarakat multibahasa tersedia berbagai kode, baik berupa bahasa, dialek, variasi, dan gaya untuk digunakan dalam interaksi sosial, salah satunya yaitu dakwah.

b. Pemilihan kata

Pemilihan kata yang tepat merupakan sarana pendukung dan penentu keberhasilan dalam berkomunikasi. Pemilihan kata bukan hanya soal pilih-memilih kata, melainkan lebih mencakup bagaimana efek kata tersebut terhadap makna dan informasi yang ingin disampaikan.

c. Teknik pengucapan

Teknik pengucapan adalah cara pengucapan kata agar terdengar dengan baik, benar, serta jelas sehingga telinga pendengar/penonton dapat mengerti pada kata-kata yang diucapkan.

d. Penyampaian sumber pesan dalam komunikasi dakwah adalah penyampaian pesan inilah yang merupakan sesuatu yang diterima oleh komunikan dari pendakwah. Pesan ini harus berdasarkan sumber referensi yang terpercaya dan akurat agar tidak sesat isi dari pesan tersebut.

3. Sumber Data

Sumber data dalam obyek penelitian ini adalah program siaran Mamah dan Aa di stasiun televisi Indosiar. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati siaran Mamah dan Aa sepanjang 8 (delapan) episode di youtube. Berikut merupakan rincian judul dari episode 1 sampai dengan episode 8 Mamah dan Aa di Indosiar:

Tabel 1.1
Rincian Judul Episode 1-8 Siaran Mama dan AA'

Episode	Judul
1	Menikah Setelah Berbadan Dua
2	Anak Menuntut Harta Orang Tua
3	Istriku ATM-ku
4	Menunggu atau Menjemput Ajal
5	Istri Kdrt terhadap Suami

6	Selingkuh dibalas Selingkuh
7	Orang tua Durhaka
8	Fitnah Penghancur Rumah Tangga

Sumber data tersebut dipilih karena berkaitan dengan kebutuhan masyarakat. Tema atau topik pada episode tersebut menarik dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang tengah terjadi di masyarakat, sehingga pada episode-episode tersebut lebih banyak diminati oleh para pemirsa.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2011: 240). Dokumentasi yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Pengumpulan data ini dilakukan berdasarkan dokumen, literatur buku, catatan, serta fasilitas lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

b. Studi Pustaka

Pengumpulan data untuk menunjang keabsahan penelitian, berupa studi tentang buku-buku materi tentang gaya komunikasi dakwah.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah yang terpenting dalam suatu penelitian. Data yang telah diperoleh akan dianalisis pada tahap ini sehingga dapat ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis model Miles and Huberman. Menurut Miles and Huberman dalam (Sugiyono, 2011: 246) “mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh”. Aktivitas analisis data yaitu data *reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

a. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Langkah selanjutnya setelah data direduksi adalah *data display* atau menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya, tetapi yang paling sering digunakan adalah teks yang bersifat naratif. Penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan data sesuai dengan sub babnya masing-masing.

c. *Conclusion Drawing/Verification* (Simpulan/Verifikasi)

Langkah yang terakhir dilakukan dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Simpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Simpulan dalam penulisan kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya kurang jelas sehingga menjadi jelas setelah diteliti. Sehingga penarikan kesimpulan ini dapat menjawab rumusan masalah.

F. Sistematika Penulisan

Guna memberikan gambaran yang jelas tentang isi skripsi ini, penulis memberikan sistematika penulisan dengan penjelasan secara garis besar. Skripsi ini terdiri dari lima bab, adapun susunannya sebagai berikut:

Bab pertama, pendahuluan, yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua, kerangka teori yang menjelaskan tentang gaya komunikasi, dakwah, dan televisi.

Bab ketiga, gambaran umum yang berisi tentang profil Mama Dedeh, gaya komunikasi yang digunakan oleh mama Dedeh dalam program “Mama dan Aa” di stasiun televisi Indosiar.

Bab keempat, Analisis gaya komunikasi dakwah Mama Dedeh pada program Mamah dan Aa’ di Indosiar.

Bab kelima, penutup yang berisi kesimpulan, saran-saran dan penutup.

BAB II

GAYA KOMUNIKASI DAN DAKWAH ISLAM

A. Gaya Komunikasi (*Communication Style*)

1. Pengertian Gaya

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Sumardjo, 1999: 146), gaya memiliki banyak konotasi kekuatan, sikap, irama/lagu, elok dan ragam (cara, rupa, bentuk) yang khusus mengenai tulisan, karangan, pemakaian bahasa dan bangunan rumah. Dalam Kamus Lengkap Besar Bahasa Indonesia juga mengartikan gaya sebagai khas dalam menyatakan pikiran dan perasaan dalam bentuk tulisan dan lisan. Jadi dapat dikonfrontasikan bahwa ciri khas seseorang dalam menyatakan pikiran dan perasaannya dalam bentuk lisan maupun tulisan. Dalam konteks komunikasi, gaya dapat diartikan ragam (cara) seseorang dalam pemakaian bahasa untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.

Sedangkan, menurut Aristoteles dalam Turner (2010: 18), gaya (*style*) yaitu penggunaan bahasa untuk menyampaikan ide dalam cara tertentu. Aristoteles membahas mengenai pemilihan kata, penggunaan perumpamaan dan kepantasan kata, ia percaya bahwa setiap jenis retorika memiliki gayanya masing-masing. Dalam kanon retorika gaya yaitu yang mencakup penggunaan bahasa untuk menyampaikan ide-ide di dalam sebuah pidato.

2. Pengertian Komunikasi

Komunikasi menjadi peranan terpenting bagi kehidupan manusia dalam berinteraksi di kehidupannya sehari-hari. Terutama komunikasi yang terjadi di dalam masyarakat terkecil yaitu keluarga. Di dalam sebuah komunikasi feedback merupakan hal yang diharapkan, untuk mampu mencapai tujuan yang dimaksud dalam berkomunikasi. Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi (Cangara,

2014:35). Menurut Dan Nimmo (2011: 5) komunikasi bukan sekedar penerusan informasi dari suatu sumber kepada publik, melainkan lebih mudah dipahami sebagai penciptaan kembali gagasan-gagasan informasi oleh publik jika diberikan petunjuk dengan symbol, slogan, atau tema pokok.

Banyak definisi komunikasi bersifat khas, mencerminkan paradigm atau perspektif yang digunakan ahli-ahli komunikasi dalam mendekati fenomena komunikasi. Paradigma ilmiah (objektif, mekanistik, positivistik) yang penelaahannya berorientasi pada efek komunikasi tampak dominan, mengasumsikan komunikasi sebagai suatu proses linier atau proses sebab-akibat, yang mencerminkan pengiriman pesan atau yang biasa disebut komunikator untuk mengubah pengetahuan, sikap, atau perilaku komunike/penerima pesan yang pasif (Mulyana, 2016: 64). Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya (Widjaja, 2008: 1). Menurut Ruslan (2008: 83) komunikasi merupakan alat yang penting dalam fungsi *public relations*.

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) bahwa: komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu. (Cangara, 2011: 18-19). Publik menaungi dan menghargai suatu kinerja yang baik dalam kegiatan komunikasi secara efektif dan sekaligus kinerja yang baik tersebut untuk menarik perhatian publik serta tujuan penting yang lainnya dari fungsi *public relations*. Menurut Suprpto

(2011: 6) komunikasi adalah suatu proses interaksi yang mempunyai arti antara sesama manusia.

Berdasarkan kutipan-kutipan di atas, komunikasi dapat disimpulkan merupakan kegiatan interaksi yang dilakukan dari satu orang ke orang lain, sehingga akan tercipta persamaan makna dan tercapai satu tujuan. Dalam kalimat lain, definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau di antara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Definisi tersebut memberikan beberapa pengertian pokok yaitu komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan.

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyaluran. Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi makna komunikan (*communicate*). (Effendy, 2003: 4)

Menurut Onong Uchajana, ada beberapa sebab mengapa manusia melakukan komunikasi, yakni:

- a. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
- b. Mengubah opini/pendapat/pendangan (*to change the opinion*)
- c. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
- d. Mengubah masyarakat (*to change society*)

Komunikasi juga dilakukan dengan berbagai metode, istilah metode atau dalam bahasa Inggris “method” berasal dari bahasa Yunani “methodos” yang berarti rangkaian yang sistematis dan yang merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, mapan, dan logis. Agar komunikasi berjal efektif, maka kita juga

memerlukan strategi dalam menyampaikan pesan agar dapat diterima oleh orang lain. (Effendy, 2003: 30)

Meminjam istilah Laswell dalam Widjaya (2002: 11-13) untuk berkomunikasi yang baik itu dibutuhkan lima kategori penting yang tidak bisa di pungkiri yakni unsur-unsur komunikasi, sebagai berikut:

a. *Source* (sumber)

Sumber adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan, yang digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku dan sejenisnya.

b. *Communicator* (penyampai pesan)

Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi, seperti: surat kabar, televisi, film dan sebagainya. Komunikator dalam penyampaian pesannya bisa juga menjadi komunikan begitu juga sebaliknya. Syarat-syarat yang harus diperhatikan olehseorang komunikator adalah:

- 1) Memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikasinya.
- 2) Keterampilan berkomunikasi.
- 3) Mempunyai pengetahuan yang luas.
- 4) Sikap.
- 5) Memiliki daya tarik.

c. *Message* (pesan)

Pesan keseluruhan dari apa yang disampaikan komunikator. Pesan dapat bersifat informatif member keterangan-keterangan yang kemudian komunikasi dapat mengambil kesimpulannya sendiri. Persuasuf bujukan, yakni membangkitkan dan kesadaran seseorang bahwa apa yang kita sampaikan akan member pendapat atau sikap, sehingga ada perubahan.

d. *Cannel* (saluran)

Saluran komunikasi selalu menyampaikan pesan yang dapat diterima melalui pancaindra atau media. Pada dasarnya komunikasi yang sering dilakukan dapat berlangsung menurut dua saluran yaitu:

- 1) Saluran formal atau yang bersifat resmi.
 - 2) Saluran informal atau yang bersifat tidak resmi.
- e. *Communican* (penerima pesan)
- Komunikasi atau penerima pesan dapat digolongkan dalam tiga jenis yakni personal, kelompok, massa.
- f. *Effect* (hasil)
- Effect adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak dengan yang kita inginkan.

3. Pengertian Gaya Komunikasi

Perbedaan gaya komunikasi antara orang yang satu dengan yang lain dapat berupa perbedaan ciri-ciri model dalam berkomunikasi, tata cara berkomunikasi, cara berekspresi dalam berkomunikasi dan tanggapan yang diberikan atau ditunjukkan pada saat berkomunikasi. Gaya komunikasi adalah perilaku komunikasi yang dilakukan seseorang dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan feedback dari orang lain terhadap pesan organisasional yang disampaikan.

Menurut Rohim (2016:128-129) gaya komunikasi (*communication style*) didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*).

Dari definisi di atas, dapat dijelaskan bahwa gaya komunikasi merupakan seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu dalam situasi tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan bergantung pula pada maksud si pengirim dan harapan dari penerima. (Sendjaja, 1996: 7)

Gaya komunikasi dapat diartikan sebagai cara seseorang menyampaikan ide, gagasan dengan bahasa sebagai alat penyaluran untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Proses komunikasi seseorang dipengaruhi oleh gaya komunikasi. Gaya komunikasi antara orang yang satu dengan orang yang lain tentu berbeda. Perbedaan gaya komunikasi antara orang yang satu dengan yang lain dapat berupa perbedaan ciri-ciri model dalam berkomunikasi, tata cara berkomunikasi, cara berekspresi dalam berkomunikasi dan tanggapan yang diberikan atau ditunjukkan pada saat berkomunikasi.

Gaya komunikasi dipengaruhi situasi, bukan kepada tipe seseorang, gaya komunikasi bukan tergantung pada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda ketika mereka sedang gembira, sedih, marah, tertarik, atau bosan. Begitu juga dengan seseorang yang berbicara dengan sahabat baiknya, orang yang baru dikenal dan dengan anak-anak akan berbicara dengan gaya yang berbeda. Selain itu gaya yang digunakan dipengaruhi oleh banyak faktor, gaya komunikasi adalah sesuatu yang dinamis dan sangat sulit untuk ditebak. Sebagaimana budaya, gaya komunikasi adalah sesuatu yang relatif.

Menurut Wulan Sari (2016: 8) lima pondasi membangun komunikasi efektif adalah:

- a. Berusaha benar-benar mengerti orang lain (*emphatetic communication*).

Ini adalah dasar dari apa yang disebut *emphatetic Communications* atau berkomunikasi empatik. Bentuk komunikasi tertinggi adalah komunikasi empatik, yaitu melakukan komunikasi untuk terlebih dahulu mengerti orang lain, memahami karakter dan maksud atau tujuan atau peran orang lain.

- b. Memenuhi komitmen/janji.

Komitmen merupakan cadangan kepercayaan yang sangat tinggi dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan. Dengan

memegang komitmen yang kuta, maka suatu usaha tidak akan lepas dan itu akan menghasilkan sebuah kesempatan dan keuntungan yang besar.

c. Menjelaskan harapan.

Harapan atau asa adalah bentuk dasar dari kepercayaan akan sesuatu yang diinginkan akan didapatkan atau suatu kejadian akan sebuah kebaikan di waktu yang akan datang. Pada umumnya harapan berbentuk abstrak, tidak tampak, tetapi diyakini bahkan terkadang, dibatin dan dijadikan sugesti agar terwujud. Namun adakalanya harapan tertumpu pada seseorang atau sesuatu. Pada praktiknya banyak orang mencoba menjadikan harapannya menjadi nyata dengan cara berdoa atau berusaha.

d. Meminta maaf dengan tulus ketika membuat kesalahan.

Meminta maaf merupakan upaya untuk memperbaiki kesalahan yang mutlak bukan kekalahan. Sehingga meminta maaf dalam rangka untuk memperbaiki hubungan yang telah renggang untuk mencapai hubungan yang efektif. Menita maaf merupakan bentuk upaya meminimalisasi resiko yang terjadi sehingga seseorang menyadari kesalahannya dan berganti untuk memperbaiki citra.

e. Memperlihatkan integritas pribadi

Integrasi pribadi menghasilkan kepercayaan dan merupakan dasar dari banyak jenis deposito yang berbeda. Integrase merupakan fondasi utama dalam membangun komunikasi yang efektif. Integritas adalah menyesuaikan realitas dengan kata-kata, dalam arti bahwa yang dilakukan harus sesuai dengan yang telah diucapkan.

Menurut Devito (dalam Novianti, dkk, 2017), komunikasi efektif antar pribadi mempunyai 5 ciri:

a. Keterbukaan.

Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi interpersonal.

Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada komunikannya. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tetapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut dan wajar.

Aspek kedua mengacu pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan komunikan yang menjemukan. Bila ingin komunikan bereaksi terhadap apa yang komunikator ucapkan, komunikator dapat memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain. Aspek ketiga menyangkut kepemilikan perasaan dan pikiran dimana komunikator mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang diungkapkannya adalah miliknya dan ia bertanggung jawab atasnya.

b. Empati.

Empati adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu. Berbeda dengan simpati yang artinya adalah merasakan bagi orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang sehingga dapat mengkomunikasikan empati, baik secara verbal maupun non-verbal.

c. Dukungan.

Situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Individu

memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik.

d. Rasa positif.

Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

e. Kesetaraan.

Komunikasi antarpribadi akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan meminta kita untuk memberikan penghargaan positif tak bersyarat kepada individu lain. Komunikasi antarpribadi sebenarnya merupakan suatu proses sosial dimana orang-orang yang terlibat di dalamnya saling mempengaruhi. Proses saling mempengaruhi ini merupakan suatu proses bersifat psikologis dan karenanya juga merupakan permulaan dari ikatan psikologis antarmanusia yang memiliki suatu pribadi.

Beberapa tampilan gaya komunikasi, terdapat tiga gaya komunikasi, yaitu (McKay dalam Gunawan, 2017: 4-5):

a. *Aggressive*

Gaya komunikasi di mana komunikator cenderung menyatakan perasaannya dengan mudah mengenai apa yang diinginkan, apa yang dipikirkan, tetapi sering mengabaikan hak dan perasaan orang lain. Komunikator jenis ini seringkali menyakiti orang lain dengan kalimat-kalimat yang sarkastik atau bercanda berlebihan. Gaya agresif cenderung menunjukkan kekuatan dan kekuasaan, sehingga kadang-kadang di dalam menyampaikan pesan bukan hanya dalam bentuk kata-kata, tetapi juga diiringi dalam penggunaan bahasa tubuh, seperti menunjuk, menggebrak meja dan sebagainya untuk mempertegas maksud dari yang diucapkan.

b. *Passive*

Gaya komunikasi di mana komunikator tidak mengekspresikan perasaan, ide dan harapannya secara langsung. Dalam gaya ini, komunikator cenderung akan banyak tersenyum dan lebih banyak menyampaikan kebutuhannya kepada orang lain. Komunikator juga cenderung melakukan tindakan dibandingkan mendengarkan. Gaya pasif cenderung menggunakan suara yang lebih lemah dan lembut, serta sering berhenti berkata-kata di tengah pembicaraan, seolah kehilangan kata-kata dan cenderung tidak melakukan kontak mata dengan komunikan

c. *Asertif*

Gaya komunikasi di mana komunikator membuat pernyataan langsung yang disertai dengan pertimbangan perasaan, ide dan harapan. Komunikator dengan gaya ini memiliki kemampuan untuk mendengarkan dengan baik sehingga membiarkan orang lain mengetahui bahwa ia didengarkan. Gaya komunikasi ini terbuka dalam melakukan negosiasi dan kompromi, bisa menerima dan memberikan komplain, memberikan perintah secara langsung, serta melakukan penolakan secara langsung. Komunikator dengan gaya ini menunjukkan kekuatan sekaligus empati, suara yang digunakan cenderung santai dan terdengar jelas. Kontak mata yang terjadi menunjukkan keterbukaan dalam komunikasi dan kejujuran.

Gaya komunikasi (*communication style*) didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu (*a specialized set of interpersonal behaviors that are used in a given situation*). Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud sendiri dapat bertipe verbal yang berupa kata-kata atau nonverbal berupa vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu, dan penggunaan ruang dan jarak (Widjaja, 2000: 57). Pengalaman membuktikan bahwa gaya komunikasi sangat penting dan bermanfaat karena akan

memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*).

Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*). Gaya komunikasi dipengaruhi situasi, bukan kepada tipe seseorang, gaya komunikasi bukan tergantung pada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda ketika mereka sedang gembira, sedih, marah, tertarik, atau bosan. Begitu juga dengan seseorang yang berbicara dengan sahabat baiknya, orang yang baru dikenal dan dengan anak-anak akan berbicara dengan gaya yang berbeda. Selain itu gaya yang digunakan dipengaruhi oleh banyak faktor, gaya komunikasi adalah sesuatu yang dinamis dan sangat sulit untuk ditebak. Sebagaimana budaya, gaya komunikasi adalah sesuatu yang relatif.

Menurut Edward T. Hall (dalam Ramadanty, 2014: 7), komunikasi konteks tinggi mengandung pesan implisit dan banyak terdapat dalam konteks fisik (*physical context*), sehingga makna pesan hanya dapat dipahami dalam konteks pesan tersebut. Dalam budaya konteks tinggi, makna terinternalisasikan pada orang yang bersangkutan, dan pesan nonverbal lebih ditekankan. Kebanyakan masyarakat homogen berbudaya konteks tinggi. Dalam masyarakat demikian, mengetahui suatu kata atau huruf hanya memberi makna sedikit bila kita tidak mengetahui konteks penggunaannya. Oleh karena kebutuhan untuk secara penuh memahami makna kontekstual simbol, Hall berpendapat

bahwa komunikasi konteks-tinggi merupakan kekuatan kohesif bersama yang memiliki sejarah yang panjang, lamban berubah dan berfungsi untuk menyatukan kelompok. Sebaliknya, komunikasi konteks rendah cepat dan mudah berubah, karenanya tidak mengikat kelompok. Oleh karena perbedaan ini, orang-orang dalam budaya konteks-tinggi cenderung lebih curiga terhadap pendatang atau orang asing. Mereka menganggap orang asing sebagai agak aneh, seakan sejenis makhluk dari luar angkasa.

Kemudian menurut Alo (2011: 320-321) gaya komunikasi terbagi menjadi dua dalam memahami konteksnya, yaitu gaya langsung dan gaya tidak langsung. Gaya langsung (*low context culture*) cenderung lebih heterogen dan individualis. Gaya komunikasi yang biasanya disampaikan ialah gaya langsung. Karena mereka dalam budaya heterogen maka umumnya mereka kurang mengetahui budaya orang lain (nilai, norma, dan kepercayaan), sehingga selalu membuka jarak sosial dengan orang-orang yang berbeda budaya, yaitu *high context culture*. Pertukaran pesan yang terjadi biasanya menggunakan kata-kata verbal, jika ada pesan nonverbal maka hanya dimengerti kalangan mereka sendiri. Gaya hidup mereka sehari-hari tidak terganutng pada orang lain, mereka menyesuaikan dengan situasi yang mereka hadapi.

Gaya tidak langsung (*high context culture*) cenderung berada dalam posisi homogen dan kolektif, mereka membawa bakat dan budaya tersebut dalam budaya komunikasi sehari-hari. Para anggota masyarakat HCC memahami satu sama lain, mereka lebih sedikit menggunakan kata-kata eksplisit dalam menerangkan pesan di antara mereka, terutama kata lisan. Kebanyakan pesan yang disampaikan dengan simbol nonverbal, mereka juga suka mengirimkan pesan melalui manipulasi konteks.

Sedangkan menurut penulis, dilihat dari dua penjelasan di atas gaya komunikasi tidak langsung bisa disebut dengan gaya konteks tinggi dimana gaya komunikasi ini digunakan oleh masyarakat homogen dan menggunakan bahasa nonverbal sehingga apabila ada sesuatu hal yang

baru mereka menganggap itu sebagai sesuatu yang aneh. Berbeda dengan gaya komunikasi langsung atau gaya komunikasi konteks rendah, dalam gaya komunikasi ini menggunakan bahasa verbal dan digunakan oleh masyarakat heterogen dan apabila ada sesuatu yang baru mereka tidak menganggap itu aneh.

Gaya komunikasi dapat terjadi secara spontanitas tanpa diatur dulu namun ada juga yang memang sengaja diatur dalam kondisi tertentu untuk tujuan tertentu pula. Selain itu hal yang perlu diketahui dari gaya komunikasi adalah ada gaya komunikasi yang dapat berlaku baik secara lokal maupun universal. Secara lokal artinya simbol gaya komunikasi belum tentu sama pemaknaan nya antar suatu tempat namun ada juga yang sifatnya universal artinya pemaknaan simbol gaya komunikasi sama alias mendunia. Berikut beberapa bagian dari gaya komunikasi tersebut:

a. Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Dalam komunikasi verbal bahasa yang digunakan adalah bahasa lisan maupun tulisan. Menurut Larry L Barker (Mulyana, 2016: 260) bahasa memiliki tiga fungsi pertama penamaan (naming atau labeling) yakni merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi, kedua fungsi interaksi yang menurut Berker adalah menekankan berbagi gagasan dan emosi yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan dan ketiga adalah fungsi transmisi informasi yakni melalui bahasa informasi dapat disampaikan kepada orang lain.

Hal lain yang perlu dilihat bahasa verbal juga memiliki keterbatasan diantaranya

- 1) Keterbatasan jumlah kata yang tersedia untuk mewakili objek. Kata-kata adalah kategori-kategori untuk merujuk pada objek tertentu: orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan dan sebagainya. Tidak semua kata tersedia untuk merujuk pada objek
 - 2) Kata-kata bersifat ambigu dan kontekstual. Kata-kata bersifat ambigu karena kata-kata mempresentasikan persepsi dan interpretasi orang-orang yang menganut latar belakang sosial budaya yang berbeda-beda. Oleh karena itu terdapat berbagai kemungkinan untuk memaknai kata-kata tersebut
 - 3) Kata-kata mengandung bias budaya. Bahasa terikat oleh konteks budaya. Jadi bahasa yang berbeda sebenarnya mempengaruhi pemakainya untuk berpikir, melihat lingkungan dan alam semesta di sekitarnya dengan cara yang berbeda, dan karenanya berperilaku secara berbeda pula.
 - 4) Percampuran fakta, penafsiran dan penilaian. Dalam berbahasa kita sering mencampurkan fakta (uraian), penafsiran (dugaan) dan penilaian.
- b. Komunikasi Nonverbal

Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (Mulyana, 2016: 269) komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi yang dihasilkan oleh individu yang mempunyai nilai potensial bagi pengirim atau penerima. Rakhmat (Mulyana, 2016:343) mengelompokkan pesan-pesan nonverbal ke dalam:

1) Pesan Kinestik

Pesan kinestik adalah pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang mengandung arti. Pesan kinestik terdiri dari tiga komponen utama yakni pesan fasial yang menggunakan air muka, pesan gestural dan pesan postural. Dale G. Leathers (1976) menyimpulkan penelitian-penelitian tentang wajah sebagai berikut:

- a) Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan tidak senang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk
- b) Wajah mengkomunikasikan berminat atau tidak berminat pada orang lain atau lingkungan
- c) Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam situasi
- d) Wajah mengkomunikasikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataan sendiri dan
- e) Wajah barangkali mengkomunikasikan adanya atau kurang pengertian

2) Pesan Gestural

Pesan gestural/postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah

- f) *Immediacy* yaitu ungkapan kesukaan dan ketidaksukaan terhadap individu yang lain
- g) *Power* mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator
- h) *Responsiveness* adalah gerakan anggota badan dari individu dapat reaksi secara emosional pada lingkungannya secara positif dan negatif.

3) Pesan Proksemik

Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban dengan orang lain.

4) Pesan Artifaktual

Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan

orang sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (*body image*).

5) Pesan Paralinguistik

Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda.

4. Sifat-Sifat Komunikasi

Menurut sifatnya, komunikasi antar pribadi dapat dibedakan atas dua macam yaitu (Canggara, 2011: 32):

- a. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*) ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi Diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam 3 bentuk yakni:
 - 1) Percakapan: berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal.
 - 2) Dialog: berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam dan lebih personal.
 - 3) Wawancara: sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan lainnya berada pada posisi menjawab.
- b. Komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*) ialah proses komunikasi yang berlangsung tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggotanya saling berinteraksi satu sama lain. Dan komunikasi kecil ini banyak dinilai dari sebagai type komunikasi antar pribadi karena:
 - 1) Anggotanya terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka.
 - 2) Pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong dimana semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama,

dengan kata lain tidak ada pembicaraan tunggal yang mendominasi.

- 3) Sumber penerima sulit diidentifikasi. Dalam situasi seperti saat ini, semua anggota bisa berperan sebagai sumber dan juga sebagai penerima. Karena itu, pengaruhnya bisa bermacam-macam. Misalnya : si A bisa terpengaruh dari si B, dan si C bisa mempengaruhi si B. Proses komunikasi seperti ini biasanya banyak ditemukan dalam kelompok studi dan kelompok diskusi.

Tidak ada batas yang menentukan secara tegas berapa besar jumlah anggota suatu kelompok kecil. Biasanya antara 2-3 atau bahkan ada yang mengembangkan sampai 20-30 orang, tetapi tidak ada yang lebih dari 50 orang. Sebenarnya untuk memberi batasan pengertian terhadap konsep komunikasi interpersonal tidak begitu mudah. Hal ini disebabkan adanya pihak yang memberi definisi komunikasi interpersonal sebagai proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau secara tatap muka.

5. **Komponen-Komponen Komunikasi**

a. Pengirim dan Penerima

Komunikasi antarpribadi paling tidak melibatkan dua orang, setiap orang terlibat dalam komunikasi antarpribadi memfokuskan dan mengirimkan serta menerima pesan dan juga sekaligus menerima dan memahami pesan. Istilah pengirim-penerima ini digunakan untuk menekankan bahwa, fungsi pengirim dan penerima ini dilakukan oleh setiap orang yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi, contoh komunikasi antara orang tua dan anak.

b. *Encoding – Decoding*

Encoding adalah tindakan menghasilkan pesan, artinya pesan – pesan yang akan disampaikan dikode atau diformulasikan terlebih dahulu dengan menggunakan kata-kata simbol dan sebagainya. Sebaliknya tindakan untuk menginterpretasikan dan memahami pesan-pesan yang diterima, disebut juga sebagai *Decoding*. Dalam

komunikasi antarpribadi, karena pengirim juga bertindak sekaligus sebagai penerima, maka fungsi encoding-decoding dilakukan oleh setiap orang yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi.

c. Pesan-Pesan

Dalam komunikasi antarpribadi, pesan-pesan ini bisa terbentuk verbal (seperti kata-kata) atau nonverbal (gerak tubuh, simbol) atau gabungan antara bentuk verbal dan nonverbal.

d. Saluran

Saluran ini berfungsi sebagai media dimana dapat menghubungkan antara pengirim dan penerima pesan atau informasi. Saluran komunikasi personal baik yang bersifat langsung perorangan maupun kelompok lebih persuasif dibandingkan dengan saluran media massa.

Hal ini disebabkan pertama, penyampaian pesan melalui saluran komunikasi personal dapat dilakukan secara langsung kepada khalayak. Contoh dalam komunikasi antarpribadi kita berbicara dan mendengarkan (saluran indera pendengar dengan suara). Isyarat visual atau sesuatu yang tampak (seperti gerak tubuh, ekspresi wajah dan lain sebagainya).

e. Gangguan atau *Noise*

Seringkali pesan-pesan yang dikirim berbeda dengan pesan yang diterima. Hal ini dapat terjadi karena gangguan saat berlangsung komunikasi, yang terdiri dari:

1) Gangguan Fisik

Gangguan ini biasanya berasal dari luar dan mengganggu transmisi fisik pesan, seperti kegaduhan, interupsi, jarak dan sebagainya.

2) Gangguan Psikologis

Gangguan ini timbul karena adanya perbedaan gagasan dan penilaian subjektif diantara orang yang terlibat diantara orang

yang terlibat dalam komunikasi seperti emosi, perbedaan nilai-nilai, sikap dan sebagainya.

3) Gangguan Semantik

Gangguan ini terjadi kata-kata atau simbol yang digunakan dalam komunikasi, seringkali memiliki arti ganda, sehingga menyebabkan penerima gagal dalam menangkap dari maksud-maksud pesan yang disampaikan, contoh perbedaan bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi.

f. Umpan Balik

Umpan balik memainkan peranan yang sangat penting dalam proses komunikasi antarpribadi, karena pengirim dan penerima secara terus menerus dan bergantian memberikan umpan balik dalam berbagai cara, baik secara verbal maupun nonverbal. Umpan balik ini bersifat positif apabila dirasa saling menguntungkan. Bersifat positif apabila tidak menimbulkan efek dan bersifat negatif apabila merugikan.

g. Bidang Pengalaman

Bidang pengalaman merupakan faktor yang paling penting dalam komunikasi antarpribadi. Komunikasi akan terjadi apabila para pelaku yang terlibat dalam komunikasi mempunyai bidang pengalaman yang sama.

h. Efek

Dibanding dengan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling ampuh untuk mengubah sikap, perilaku kepercayaan dan opini komunikas. Hal ini disebabkan komunikasi dilakukan dengan tatap muka (Devito, 2007: 10).

6. Indikator Gaya Komunikasi

Menurut Amelia (2017: 37) indikator yang digunakan untuk mengukur gaya komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Pemilihan bahasa

Pemilihan bahasa adalah memilih “sebuah bahasa secara keseluruhan” dalam suatu komunikasi. Dalam masyarakat multi bahasa tersedia berbagai kode, baik berupa bahasa, dialek, variasi, dan gaya untuk digunakan dalam interaksi sosial, salah satunya yaitu dakwah.

b. Pemilihan kata

Pemilihan kata yang tepat merupakan sarana pendukung dan penentu keberhasilan dalam berkomunikasi. Pemilihan kata bukan hanya soal pilih-memilih kata, melainkan lebih mencakup bagaimana efek kata tersebut terhadap makna dan informasi yang ingin disampaikan.

c. Teknik pengucapan

Teknik pengucapan adalah cara pengucapan kata agar terdengar dengan baik, benar, serta jelas sehingga telinga pendengar/penonton dapat mengerti pada kata-kata yang diucapkan.

d. Penyampaian sumber pesan dalam komunikasi dakwah adalah penyampaian pesan inilah yang merupakan sesuatu yang diterima oleh komunikan dari pendakwah. Pesan ini harus berdasarkan sumber referensi yang terpercaya dan akurat agar tidak sesat isi dari pesan tersebut.

B. Ruang Lingkup Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa 'Arab yakni *da'a yad'u*, atau dakwah dalam bentuk isim masdar dari *du'aa* yang keduanya mempunyai arti sama yaitu ajakan, seruan atau panggilan. Asal kata *du'aa* bisa diartikan bermacam-macam, tergantung kepada pemakainya dalam kalimat. Misalnya: *du'a* dapat diartikan memanggil atau menyeru dia. *Du'an lahu* dengan arti mendoa'kan dia atau baginya.

Sedangkan menurut terminologi atau istilah ada beberapa pengertian, dakwah adalah mengandung upaya menyebarluaskan kebenaran dan mengajak orang lain untuk mempercayainya (Mahmuddin, 2004: 6). Sedangkan menurut Kustadi Suhandang, dakwah adalah bahwa manusia diseru untuk mendakwahi orang lain untuk berbuat kebajikan melakukan amar makruf nahi munkar berupa kontrol sosial (Suhandang, 2013: 10). Secara umum dakwah adalah mengajak atau menyeru kepada ajakan atau seruan kepada yang lebih baik (Ilahi, 2010: 17).

اَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ
 بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
 أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Begitu juga di dalam al-Qur'an, yang artinya, Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapatkan petunjuk. (QS An-Nahl: 125)

Dalam beberapa hadis Rasulullah SAW pun, sering kita jumpai istilah-istilah yang senada dengan pengertian dakwah. Adapun pengertian dakwah menurut Al-Qur'an dan Hadits yakni sebagai berikut:

- a. Panggilan untuk Nama
- b. Undangan

Untuk arti undangan, dapat kita lihat dalam hadis Nabi saw berikut ini yang artinya :

“Dan barang siapa yang tidak memenuhi undangan, maka ia termasuk orang yang durhaka kepada Allah dan Rasul-Nya” (HR. Muslim) (Bahri An-Nabiry, 2008: 18).

Sedangkan pengertian dakwah menurut para ahli:

- a. Menurut Prof. Toha Yahya Omar, M.A:
 “Mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat”.
- b. Menurut Dr. M. Quraish Shihab (1992: 194):
 “Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.”
- c. Menurut Ibnu Taimiyah (dalam Alfian, 2015: 68):
 “Dakwah merupakan mengajak seseorang agar beriman kepada Allah dan kepada apa yang dibawa oleh para Rasul-Nya dengan cara membenarkan apa yang mereka beritakan dan mengikuti apa yang mereka perintahkan”.

Menurut hemat penulis, dakwah merupakan sebuah upaya dan kegiatan baik dalam wujud ucapan maupun perbuatan, yang mengandung ajakan atau seruan kepada yang lain untuk mengetahui, menghayati, dan mengamalkan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan individual maupun bermasyarakat, untuk meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat, dengan menggunakan alat-alat media dan cara-cara tertentu. Dalam menyampaikan sebuah dakwah, tentu saja tidak terlepas dari cara penyampaian dakwah atau gaya komunikasi dakwah apa yang sedang digunakan dalam dakwah tersebut.

Romli, dalam bukunya *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*, mengungkapkan bahwa gaya komunikasi dakwah merupakan proses penyampaian dan informasi mengenai ajaran Islam untuk mempengaruhi komunikan (mad'u) agar dapat mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan dan membela kebenaran ajaran agama Islam (Romli, 2013: 12). Komunikasi dakwah juga merupakan komunikasi yang melibatkan pesan-pesan dakwah dan aktor-aktor dakwah, mengenai ajaran Islam dan pengamalannya dalam berbagai aspek kehidupan (Romli, 2013: 12).

Indikator gaya komunikasi dakwah meliputi pemilihan bahasa, pemilihan kata, teknik pengucapan dan penyampaian sumber pesan dalam komunikasi dakwah. (Amelia, 2017: 37).

2. Macam-macam Dakwah

Dakwah Islam dapat dikategorikan tiga macam yaitu: (Amin, 2003: 2-3):

a. Dakwah Bi al-lisan

Dakwah bi al-lisan adalah dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, antara lain ceramah, khutbah, diskusi, metode ini sering digunakan para da'i dan tokoh agama Islam dan lain-lain. Metode ceramah ini tampaknya sudah sering dilakukan oleh para juru dakwah, baik ceramah di majlis taklim, khutbah jumat di masjid-masjid atau ceramah di pengajian-pengajian. Dari aspek jumlah barangkali dakwah melalui lisan (ceramah dan yang lainnya) ini sudah cukup banyak dilakukan oleh para juru dakwah di tengah-tengah masyarakat.

Secara etimologi dakwah *bi al-lisan al-hal* merupakan gabungan dari tiga kata yaitu kata dakwah, lisan dan al-hal. Kata dakwah berasal dari akar kata *da'a-yad'u-da'watun* yang berarti memanggil, menyeru. Kata lisan berarti bahasa, sedangkan kata *al-hal* berarti hal atau keadaan. Lisan *al-hal* mempunyai arti yang menunjukkan realitas sebenarnya. Jika ketiga kata tersebut di gabungkan maka dakwah bi lisan al-hal mengandung arti memanggil, menyeru dengan menggunakan bahasa keadaan atau menyeru mengajak dengan perbuatan nyata. Pengertian ini sejalan dengan ungkapan hikmah: *Lisan al-hal abyanu min lisan al-maqaal*, kenyataan itu lebih menjelaskan dari ucapan.

Secara terminologi dakwah mengandung pengertian: pada petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Dengan demikian yang dimaksud dengan dakwah *bi*

lisan al-hal adalah memanggil, menyeru ke jalan Allah untuk kebahagiaan dunia dan akhirat dengan menggunakan bahasa keadaan manusia yang didakwahi (*mad'u*) atau memanggil menyeru ke jalan Allah untuk kebahagiaan manusia dunia dan akhirat dengan perbuatan nyata yang sesuai dengan keadaan manusia.

b. Dakwah *bi al-Hal*

Dakwah *bi al-Hal* yaitu dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan, misalnya dengan tindakan amal karya nyata yang dari karya nyata tersebut hasilnya dapat dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai objek dakwah contohnya melakukan donor darah untuk kemanusiaan, mengumpulkan dana untuk korban musibah gunung meletus dan lain-lain. Dakwah *bi Al-hal* dilakukan oleh Rasulullah, terbukti bahwa ketika pertama kali tiba di Madinah yang dilakukan Nabi adalah membangun masjid Al-Quba, mempersatukan kaum Anshar dan Muhajirin. Kedua hal ini adalah dakwah nyata yang dilakukan oleh Nabi yang dapat dikatakan sebagai dakwah *bi al-hal*.

Dakwah *bi Al-hal* adalah bentuk ajakan kepada Islam dalam bentuk amal, kerja nyata, baik yang sifatnya seperti mendirikan lembaga pendidikan Islam, kerja bakti, mendirikan bangunan keagamaan, penyantunan masyarakat secara ekonomis, kesehatan atau bahkan acara-acara hiburan ke agamaan. Pendeknya, sesuatu yang bukan pidato (dakwah *bi al-lisan*) atau juga dakwah dengan menggunakan pena atau karya tulis (dakwah *bi al-qalam*).

Dakwah *bi al-hal* merupakan aktivitas dakwah Islam yang dilakukan dengan tindakan nyata atau amal nyata terhadap kebutuhan penerima dakwah. Sehingga tindakan nyata tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan penerima dakwah. Dakwah *bi al-hal* ditujukan bagi sasaran dakwah sesuai dengan kebutuhan sasaran, sehingga aktivitas dakwah mengenai sasaran.

Dakwah tidak hanya diartikan sebagai dakwah *bi al-lisan* saja, karena cakupan dakwah sangat luas maka pengertian dakwah *bi al-hal* dan *dakwah bi al-kitabah* perlu diterjemahkan dan dikontekstualkan sesuai dengan situasi dan kondisi sekarang

c. Dakwah *bi al-Qalam*

Dakwah *bi al-Qalam* adalah dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan cara menulis baik diinternet maupun disurat kabar, seperti Jawa Pos, Surya, Kompas, Media Indonesia, Duta Masyarakat dan lain- lain. Dakwah model ini jangkauannya sangat luas. Kemudian di internet juga jangkauannya sangat luas dan bisa didengarkan keseluruh penjuru Dunia.

Menurut Amin (2003:11) Dakwah *bi Al-Qalam*, yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh dakwah *bi al-qalam* ini lebih luas daripada melalui media lisan, demikian pula metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya. Kapan saja dan di mana saja *mad'u* atau objek dakwah dapat menikmati sajian dakwah *bi alqalam* ini.

3. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah (*maqashit al da'wah*) agar manusia mematuhi perintah Allah dan RasulNya dalam kehidupan kesaharian sehingga tercipta akhlak yang mulia. Dengan kata lain tujuan dakwah adalah menyeru umat manusia untuk beribadah kepada Allah yang merupakan kewajiban setiap muslim, namun, pada saat yang sama harus disadari bahwa hasil usaha dakwah bukan berada ditangan kita, tetapi Allahlah yang membinanya, bahkan Nabi SAW pun tidak bisa mengajak pamannya Abu Tholib, seperti yang Allah SWT firmankan:

قَالَ ذَلِكَ بَيْنِي وَبَيْنَكَ أَيَّمَا الْأَجَلَيْنِ قَضَيْتُ فَلَا عُدْوَانَ عَلَيَّ
وَاللَّهُ عَلَى مَا نَقُولُ وَكِيلٌ

“Dia (Musa) berkata: “Itu (perjanjian) antara aku dan engkau. Yang mana saja dari kedua waktu yang ditentukan itu aku sempurnakan, maka tidak ada tuntutan (tambahan) atas diriku (lagi). Dan Allah menjadi saksi atas apa yang kita ucapkan”. (Departemen Agama Republik Indonesia, 2013: 548).

Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat jelas diketahui ke mana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara apa, bagaimana, dan sebagainya secara terperinci. Selain itu, juga untuk menghindari terjadinya *overlapping* antara juru dakwah yang satu dengan lainnya hanya karena masih umumnya tujuan yang hendak dicapai.

- a. Mengajak manusia agar beriman kepada Allah (memeluk agama Islam).

Tujuan ini berdasarkan atas firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ
لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ ﴿٢١﴾

“Wahai manusia, sembahlah Tuhanmu yang telah menciptakan kamu dan orang-orang yang sebelum kamu, agar kamu bertakwa”. (Departemen Agama Republik Indonesia, 2013: 4).

Juga firman Allah SWT:

إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ وَمَا اخْتَلَفَ الَّذِينَ أُوتُوا
الْكِتَابَ إِلَّا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْعِلْمُ بَغْيًا بَيْنَهُمْ وَمَنْ يَكْفُرْ
بِآيَاتِ اللَّهِ فَإِنَّ اللَّهَ سَرِيعُ الْحِسَابِ ﴿١٩﴾

“Sesungguhnya agama di sisi Allah ialah Islam. tidaklah berselisih orang-orang yang telah diberi Al Kitab kecuali setelah mereka memperoleh ilmu, karena kedengkian di antara mereka. Barangsiapa ingkar terhadap ayat-ayat Allah Maka sungguh Allah sangat cepat perhitungan-Nya” (Departemen Agama Republik Indonesia, 2013: 65).

- b. Mendidik dan mengajar anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.

Dalam Al-Qur'an dan Hadist telah disebutkan bahwa manusia sejak lahir membawa fitrahnya yakni beragama Islam (agama tauhid).

Firman Allah SWT:

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا
بُدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ
النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

“Maka hadapkanlah wajahmu dengan Lurus kepada agama (Islam); (sesuai) fitrah Allah disebabkan Dia telah menciptakan manusia menurut (fitrah) itu. tidak ada perubahan pada ciptaan Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui”. (Departemen Agama Republik Indonesia, 2013: 574)

Rasulullah SAW pun bersabda yang artinya:

“Setiap anak yang dilahirkan itu telah membawa fitrah beragama (perasaan percaya kepada Allah), maka kedua orangtualah yang menjadikan ia (anak tersebut) beragama Yahudi, Nasrani, atau Majusi”. (Al Qusyari. An Naisabiri, 621 H: 2047)

Hafidhudin (1998: 78) mengemukakan bahwa tujuan dakwah adalah mengubah perilaku terhadap mad'u atau sasaran dakwah agar mau menerima ajaran Islam dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari baik yang bersifat pribadi, keluarga, maupun sosial kemasyarakatan supaya mendapatkan kehidupan yang bahagia dunia dan akhirat.

Awaludin Pimay (2005:40) menjelaskan tujuan dakwah dilihat dari obyeknya adalah sebagai berikut:

- a. Tujuan perorangan, yakni terbentuknya pribadi muslim yang memiliki iman yang kuat dan menjalankan hukum–hukum Allah serta berakhlaq mulia.
- b. Tujuan keluarga, yaitu terbentuknya keluarga sakinah, mawaddah, wa rahmah.

- c. Tujuan untuk masyarakat, yaitu terbentuknya masyarakat sejahtera sesuai dengan yang digariskan Allah SWT.
- d. Tujuan untuk seluruh umat manusia, yaitu terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian, ketenangan, ketenteraman, tanpa adanya diskriminasi dan eksploitasi.

Jamaludin Kafie dalam Amin (2003: 67) mengemukakan tujuan dakwah dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

- a. Tujuan utama adalah memasyarakatkan akhlak dan mengakhilkan masyarakat, sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW, akhlak akan menjadi landasan untuk memimpin manusia yaitu bertindak, berfikir, dan perasaan. Akhlak seseorang akan membentuk akhlak bermasyarakat, negara dan umat
- b. Tujuan umum adalah menyeru manusia untuk selalu menjalankan perintah Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW serta memenuhi panggilan-Nya dalam hal yang dapat memberikan kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- c. Tujuan khusus adalah berusaha membentuk suatu tatanan masyarakat yang menjalankan segala macam perintah-perintah dan menjauhi segala larangan ajaran Islam.

Dari uraian – uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dakwah sesungguhnya adalah mencapai dan mewujudkan tujuan hidup yang bahagia di dunia dan akhirat.

4. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa inggris media bentuk dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata (Aziz, 2004:403). Wilbur Schraman mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.

Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u (Saputra, 2012:288). Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah dan surat kabar.

Media dakwah adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektivitas dakwah (Amin, 2003: 14). Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*. *Hamzah Ya'qub* membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam, yaitu:

1. Lisan, inilah wasilah dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan wasilah ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
2. Tulisan, buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi), spanduk dan sebagainya.
3. Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
4. Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, televisi, slide, internet dan sebagainya.
5. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh mad'u (Aziz, 2004: 120).

Di antara unsur dakwah yang sangat penting adalah media (al washilah), karena dengan menggunakan media, dakwah akan lebih efektif. Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsur gambar dan suara secara bersamaan pada saat mengkomunikasikan pesan dan informasi. Adapun yang termasuk dalam media audio visual yaitu, televisi, film atau sinetron, video.

5. Metode Dakwah

Metode Dakwah adalah jalan atau cara untuk mencapai tujuan dakwah yang dilaksanakan secara efektif dan efisien. Maka setiap dakwah diperlukan adanya metode. Metode-metode tersebut diantaranya adalah: (Samsul Munir, 2009: 101).

a. Metode Ceramah

Metode ceramah adalah metode yang dilakukan dengan maksud untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, dan penjelasan tentang sesuatu kepada pendengar dengan menggunakan lisan. Metode ceramah merupakan suatu teknik dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri-ciri karakteristik bicara oleh seorang *da'i* pada suatu aktifitas dakwah. Metode ini harus diimbangi dengan kepandaian khusus tentang retorika, diskusi, dan faktor-faktor lain yang membuat pendengar merasa simpatik dengan ceramahnya.

Sedangkan ceramah adalah suatu teknik atau metode yang banyak diwarnai oleh ciri karakteristik bicara oleh seorang *da'i* pada suatu aktifitas dakwah (Asmuni Syukir, 1983: 104). Dalam metode ceramah, seorang *da'i* harus memperhatikan hal-hal tersebut, diantaranya adalah:

- 1) Harus mempelajari sifat audiens.
- 2) Menyesuaikan materi dakwah dengan minat dan tingkat pemahaman audiens.
- 3) Harus mengorganisasikan bahan ceramahnya dengan baik

Metode ceramah yang dilakukan Rasulullah saw cukup sederhana. Sasarannya adalah qalbu (hati) dan akal manusia. Karena qalbu dan akal manusia bertempat dalam lubuk jiwa manusia. Ceramah rasul tersebut dilakukan dengan cara memperhitungkan suatu segi yang praktis yaitu mempertimbangkan objek secara tepat dengan alasan-alasan yang kuat (Pimay, 2006: 45). Dalam metode ceramah ada juga kelebihan dan kekurangannya. Kelebihan dan

kekurangan metode ceramah diantaranya adalah: (Asmuni Syukir, 1983: 106)

1) Kelebihan metode ceramah:

- a) Dalam waktu relatif singkat dapat disampaikan bahan (materi dakwah) sebanyak-banyaknya.
- b) Kemungkinan *mubaligh/da'i* menggunakan pengalaman, keistimewaannya, dan kebijaksanaannya. Sehingga audien (objek dakwah) mudah tertarik dan menerima ajarannya.
- c) *Mubaligh/da'i* lebih mudah menguasai seluruh audien (pendengar).
- d) Bila diberikan dengan baik, dapat menstimulir audien untuk mempelajari materi/isi kandungan yang telah diceramahkan.
- e) Biasanya dapat meningkatkan derajat atau status dan popularitas *da'i/mubaligh*.
- f) Metode ceramah ini lebih fleksibel. Artinya mudah disesuaikan dengan situasi dan kondisi serta waktu yang tersedia. Jika waktu terbatas (sedikit) bahan dapat dipersingkat. Dan sebaliknya jika waktunya memungkinkan (banyak) dapat disampaikan bahan yang sebanyak-banyaknya.

2) Sedangkan segi kekurangannya adalah:

- a) *Da'i/mubaligh* sukar untuk mengetahui pemahaman audien terhadap bahan-bahan yang disampaikan.
- b) Metode ceramah hanyalah bersifat komunikasi satu arah saja. Maksudnya yang aktif hanya *mubaligh/da'inya* saja, sedangkan audiennya pasif.
- c) Sulit menjajaki pola berfikir pendengar.
- d) Penceramah cenderung bersifat otoriter.

b. Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab adalah metode yang dilakukan dengan menggunakan tanya jawab untuk mengetahui sampai sejauh mana

ingatan atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai materi dakwah, disamping itu juga untuk merangsang perhatian penerima dakwah. Metode tanya jawab sebagai suatu cara menyajikan dakwah harus di gunakan secara bersama-sama dengan metode dakwah lainnya, Seperti metode ceramah. Metode tanya jawab ini sifatnya membantu kekurangan-kekurangan yang terdapat pada metode ceramah.

Metode tanya jawab juga memiliki kebaikan dan kelemahan. Kebaikan metode ceramah di dalam dakwah Islam adalah sebagai berikut:

- 1) Tanya jawab dapat dipentaskan, seperti diradio, televisi dan sebagainya.
- 2) Dapat dipergunakan sebagai komunikasi dua arah (interaksi antara da'i dan sasarannya).
- 3) Bila tanya jawab sebagai selingan ceramah, maka audien dapat hidup (aktif).
- 4) Timbulnya perbedaan pendapat bisa terjawab dengan didiskusikan di forum tersebut,
- 5) Mendorong audien (objek dakwah) lebih aktif dan bersungguhsungguh memperhatikan.
- 6) Da'i dimungkinkan dapat mengetahui dengan mudah tingkatan pengetahuan dan pengalaman penanya

Sebaliknya kekurangan metode tanya jawab diantaranya adalah:

- 1) Bila terjadi perbedaan pendapat antara *da'i* dengan penannya (sasaran dakwah) akan memakan waktu yang banyak untuk penyelesaiannya.
- 2) Bila jawaban *da'i* kurang mengena pada sasaran pertanyaan, penanya (sasaran dakwah) dapat menduga yang bukan-bukan kepada *da'i*.

- 3) Penanya kadang-kadang kurang memperhatikan jika terjadi penyimpangan.
- 4) Agak sulit merangkum atau menyimpulkan seluruh isi pembicaraan.

Antara kelebihan dan kelemahan metode tanya jawab tampak dengan jelas seimbang kadarnya. Oleh karena itu, seorang *da'i/mubaligh* dianjurkan untuk memiliki bekal dakwahnya mengenai teknik-teknik bertanya jawab, agar metode yang dipergunakan dapat berhasil dengan efektif dan efisien

c. Metode Diskusi

Diskusi sering dimaksudkan sebagai pertukaran pikiran (gagasan, pendapat, dan sebagainya) antara sejumlah orang secara lisan, yaitu membahas suatu masalah tertentu yang dilaksanakan dengan teratur dan bertujuan untuk memperoleh kebenaran.

Dakwah dengan menggunakan metode diskusi dapat memberikan peluang peserta diskusi untuk ikut memberi sumbangan pemikiran terhadap suatu masalah dalam materi dakwah. Melalui metode diskusi *da'i* dapat mengembangkan kualitas mental dan pengetahuan agama para peserta dan dapat memperluas pandangan tentang materi dakwah yang di diskusikan. Dakwah dengan menggunakan metode diskusi ini dapat menjadikan peserta terlatih menggunakan pendapat secara tepat dan benar tentang materi dakwah yang di diskusikan, dan mereka akan terlatih berfikir secara kreatif, logis (analisis) dan objektif.

d. Metode Propaganda

Metode Propaganda adalah suatu upaya untuk menyiarkan Islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk massal, persuasif, dan bersifat otoritatif (paksaan). Propaganda dapat digunakan sebagai salah satu metode dakwah. Metode ini dapat digunakan untuk menarik perhatian dan simpatik seseorang. Pelaksanaan dakwah dengan metode propaganda dapat digunakan melalui

berbagai macam media, baik auditif, visual maupun audio visual. Kegiatannya dapat disalurkan melalui pengajian akbar, pertunjukan seni hiburan, pamflet dan lain-lain.

Dakwah dengan menggunakan metode propaganda ini akan dapat menyadarkan orang dengan cara bujukan (persuasif), beramai-ramai (massal), luwes (fleksibel), cepat (agresif) dan retorik. Usaha tersebut dalam rangka menggerakkan emosi orang agar mereka mencintai, memeluk, dan memperjuangkan agama Islam dan masyarakat.

e. Metode Keteladanan

Dakwah dengan menggunakan metode keteladanan atau demonstrasi berarti suatu cara penyajian dakwah dengan memberikan keteladanan langsung, sehingga *mad'u* akan tertarik untuk mengikuti kepada apa yang di contohkannya. Dari segi dakwah metode demonstrasi ini memberikan kesan yang tebal karena panca indra (indra lahir), perasaan dan pikiran (indra batin) dapat dipekerjakan sekaligus. Metode dakwah dengan demonstrasi ini dapat digunakan untuk hal-hal yang berkaitan dengan akhlak, cara bergaul, cara beribadah, berumah tangga, dan segala aspek kehidupan manusia. Nabi saw sendiri dalam kehidupannya merupakan teladan bagi setiap manusia.

Metode keteladanan dikenal dengan istilah *demonstration method* atau *direct method* yakni sesuatu yang diberikan dengan cara memperlihatkan sikap gerak-gerik, kelakuan, perbuatan. Dengan harapan orang dapat menerima, melihat, memperlihatkan, dan mencontohnya. Jadi, dakwah dengan keteladanan secara langsung bisa menarik *mad'u* untuk mengikuti apa yang dicontohkannya.

f. Metode Drama

Dakwah dengan menggunakan metode drama adalah suatu cara menjajikan materi dakwah dengan mempertunjukkan dan mempertontonkan kepada *mad'u*, agar dakwah dapat tercapai sesuai

yang ditargetkan. Dalam metode ini, materi dakwah disuguhkan dalam bentuk drama yang dimainkan oleh para seniman yang berprofesi sebagai *da'i* atau *da'i* yang berprofesi sebagai seniman. Drama tersebut sebagai salah satu metode dakwah sekaligus merupakan teater dakwah. Dakwah dengan menggunakan metode drama ini terkenal sebagai pertunjukan khusus untuk kepentingan dakwah.

Dakwah dengan menggunakan metode drama dapat dipentaskan untuk menggambarkan kehidupan sosial menurut tuntunan Islam dalam suatu lakon dengan bentuk pertunjukan yang bersifat hiburan. Kini sudah banyak dilakukan dakwah dengan metode drama melalui media film, radio, televisi, teater dan lain-lain

g. Metode Silaturahmi (*Home Visit*)

Metode silaturahmi yaitu metode yang dilakukan dalam rangka menyampaikan isi dakwah kepada penerima dakwah (Abdullah, 1989: 52). Dakwah dengan menggunakan metode home visit atau silaturahmi, yaitu dakwah yang dilakukan dengan mengadakan kunjungan kepada suatu objek tertentu dalam rangka menyampaikan isi dakwah kepada penerima dakwah. Dakwah dengan menggunakan metode *home visit* dapat dilakukan melalui silaturahmi, menengok orang sakit, ta'ziah dan lain-lain.

Dengan cara seperti ini, manfaatnya cukup besar dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Metode dakwah *home visit* dimaksudkan agar *da'i* dapat memahami dan membantu meringankan beban moral yang menekan jiwa *mad'u*, dengan metode ini, *da'i* akan mengetahui secara dekat kondisi *mad'unya* dan dapat pula membantu mengatasi kesulitan-kesulitan yang dihadapi *mad'u*. Metode silaturahmi banyak manfaatnya, disamping untuk mempererat persahabatan dan persaudaraan juga dapat dipergunakan oleh *da'i* itu sendiri untuk mengetahui kondisi masyarakat disuatu daerah yang dikunjungi.

Sedangkan menurut Enjang (2009: 64) bahwa metode dakwah berdasarkan objek dakwah ini dapat dibagi dalam beberapa metode berikut:

a. Dakwah Nafsiyah (Dakwah Intrapersonal)

Dakwah nafsyah secara sederhana dapat diartikan dakwah kepada diri sendiri (intrapersonal) sebagai upaya untuk memperbaiki diri atau membangun kualitas dan kepribadian yang islami, menjaga diri sendiri merupakan sesuatu yang di prioritaskan sebagaimana petunjuk surat at-Tahrim ayat 6, dan merupakan bentuk perwujudan tanggung jawab terhadap dirinya. Dakwah nafsyah dapat dilakukan dengan cara menuntut ilmu, membaca , muhasabah *al-nafs* (intropeksi diri) *taqarub* melalui *dzikir al-lah* (mengingat Allah) doa (berdoa) *wiqayah al-nafs* (memelihara pencerahan jiwa), *tazkiiyah al-nafs* (membersihkan jiwa) taubat, solat, dan shaum(berpuasa) mengingat kematian dan kehidupan sesudahnya, meningkatkan ibadah, dan lain-lain. Kepekaan seorang *da'I* terhadap pemahaman ini dalam jiwa dan hatinya sebagai bentuk ibda ninafsi (berawal dari diri sendiri) membuta selalau bersama manhaj rabbani (jalan tuhan) baik secara fikrah maupun aplikasi. Dia terjau dari perbuatan maksiat, selalu berangkat ke medan perbaikan dan perombakan kearah yang lebih baik dengan tekad semangat, dan ketegaran yang mantap. *Term nafsiyah* diantaranya diadopsi dari alqur'an surat at-tahrim ayat 6.

Dengan kata lain dakwah nafsyah terjadi proses internalisasi ajaran islam yaitu proses tahu kenal dan mengamalkan ajaeen islam pada tingkat intra individu muslim (nafsyah). Da'I dan mad'u pada proses internalisasi ajaran agama islam adalah diri sendiri sebagai individu muslim yang di dalam dirinya memiliki ilham fujur dan ilham taqwa. Dengan demikian internalisasi ajaran islam adalah proses peningkatan potensi ilham taqwa dan mengurang potensi

ilham fujur , hal seperti inilah yang disebut innani min al-muslimin, mukbbithin, dan min amrin rasyaa.

b. Dakwah Fardiyah (Dakwah Interpersonal)

Dakwah fardiyah atau berbicara dengan mad'u secara tatap muka atau dengan kelompok kecil dari manusia yang mempunyai cirriciri dan sifat-sifat khusus sedangkan bentuk atau macam dari dakwah fardiyah dibagi menjadi dua, yaitu

Pertama, dakwah fardiyah muncul dari individu yang sudah berintima' (bergabung) dengan jamaa. Individu yang mempunyai kapasitas sebagai dai, melaksanakan kewajiban berupa intraksi yang intens dengan tendensi tertentu dengan orang-orang baru, dalam upaya menarik mereka kepada fitrah Islamiyah, dan selanjutnya menarik untuk bergerak bersama jamaah dalam aktifitas amalan islami.

Kedua, dakwah fardiyah muncul dari individu yang belum berintima' kepada suatu jamaah. Seorang muslim dengan kapasitasnya sebagai bagian dari umat, melaksanakan kewajiban dakwah illallah dengan jalan khutbah,ceramah,tulisan-tulisan, dan makalah yang aktifitasnya tidak mempunyai sanad jama'i(kaitan jemaah) dan organisasi atau tatanan hierarkis.

c. Dakwah Fiah (Dakwah Kelompok)

Dakwah fi'ah adalah dakwah yang dilakukan seorang da'I terhadap kelompok kecil dalam suasana tatap muka, bisa berdialog serta respon mad'u terhadap da'I dan pesan dakwah yang disampaikan dapat diketahui seketika. Term fi'ah diadopsi dari QS al-baqarah ayat 249 termasuk dakwah fi'ah diantaranya dakwah dalam lingkungan keluarga (usrah) sekolah (madrasah), majlis taklim, pesantren (ma'had), dan pertemuan atau majlis lainnya.

Dengan demikian terdapat beberapa ciri bagi dakwah fi'ah diantaranya yaitu: *mad'u* berupa kelompok kecil dapat berlangsung secara tatap muka dan dialogis, kelompok *mad'u* akan

bermacam-macam tergantung pada moment bentuk penyelenggaraab kegiatan, media, metode, dan tujuan dakwah berdasarkan pertimbangan bentuk penyelenggaraan kegiatan.

d. Dakwah Jam'iyah (Dakwah Massa)

Dakwah jam'iyah adalah proses dakwah yang dilakukan oleh da'i yang mengidentifikasikan dirinya dengan atribut suatu lembaga atau organisasi dakwah tertentu, kemudian mendakwahi anggotanya atau orang lain di luar anggota suatu organisasi tersebut. Term jam'iyah diadopsi dari QS al-maidah ayat 56. Termasuk dakwah jam'iyah diantaranya dakwah yang berlangsung pada kalangan organisasi NU, Muhammadiyah, Persis, dan lain-lain. Dakwah jam'iyah dipahami juga sebagai upaya dakwah melalui organisasi atau lembaga keislaman, dalam pemahaman in dakwah jam'iyah merupakan upaya yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam upaya mengarahkan mad'u pada perubahan kondisi yang lebih baik sesuai dengan syariat islam.

6. Strategi Dakwah

Sebelum berbicara lebih lanjut tentang strategi dakwah, maka perlu diketahui terlebih dulu apa itu definisi dakwah? Secara terminologi dakwah menurut Sayyid Qutb, adalah mengajak, / menyeru kepada orang lain untuk masuk kedalam *sabil* (jalan) Allah swt. Bukan untuk mengikuti da'i atau orang lain atau sekelompok orang. Tentu pengertian tentang dakwah masih banyak lagi, dan banyak kita temukan di beberapa buku yang menulis tentang dakwah, sebagaimana hal tersebut dibawah ini,

- a. Islam adalah agama dakwah yakni agama yang mengandung upaya menyebarluaskan kebenaran dan mengajak orang lain untuk mempercayainya, sehingga semangat memperjuangkan kebenaran itu, tidak pernah padam dalam jiwa umat manusia yang beriman kepada Allah Swt. (Mahmuddin, 2004: 6)

- b. Didalam al-Qur'an Allah swt. Perintahkan untuk berdakwah, yang artinya Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (QS. Ali Imran:104) (Kementerian Agama RI, 1996: 93)
- c. Pengertian tentang dakwah terdapat dua istilah yaitu dakwah Islamiah atau di'ayah Islam dan dakwah, pengertian dakwah Islamiah mengacu pada seruan Islam atau panggilan Islam. Sedangkan pengertian dakwah mengandung arti kewajiban sebagai kaum Muslimin untuk memanggil umat manusia dengan melakukan dakwah Islamiah tersebut. (Suhandang, 2013: 12-13)
- d. Pengertian dakwah adalah (da'a: Arab) yaitu memanggil atau mengajak sesuatu, dalam pengertian mengajak ke jalan Tuhan, dengan maksud yaitu mengajak seseorang atau sekelompok orang untuk berislam, memeluk agama Islam dan mengamalkan Islam (Sholeh, 2011: 35). Tentu umat manusia hanya bisa menyeru atau mengajak terhadap yang lainnya untuk Berislam, akan tetapi tidak punya kemampuan untuk mengislamkan manusia, karena itu bagian dari hidayah Allah swt.
- e. Al-Qur'an mendefinisikan dakwah adalah sebagai upaya untuk menyeru umat manusia menuju jalan Tuhan dengan cara bijak, tutur kata yang tepat, atau dengan cara mujadalah (dialog yang sehat) (Suisyanto, 2006: 157). Dakwah yang demikian ini dimaksudkan agar umat manusia senantiasa melakukan perkara baik (*amar ma'ruf*) dan meninggalkan segala tindak dan laku yang munkar (*nahi munkar*). Dari hal tersebut diatas bisa diartikan bahwa ilmu dakwah adalah, ilmu tentang menyeru/mengajak manusia menuju jalan Tuhan. Al-Qur'an menyatakan bahwa jalan Tuhan itu jamak, tidak tunggal.
- f. Menurut A.H. Hasanuddin, dakwah adalah menyampaikan isi pernyataan ajaran Allah swt. Dan RasulNya kepada umat manusia,

dan kedudukan masalah pokok dakwah adalah wajib hukumnya. (Hasanuddin, 2005: 26-28)

Berkaitan dengan strategi dakwah Islam, maka diperlukan pengenalan yang tepat dan akurat terhadap realitas hidup manusia yang secara aktual berlangsung dalam kehidupan dan mungkin realitas hidup antara satu masyarakat dengan masyarakat lain berbeda. Di sini, juru dakwah dituntut memahami situasi dan kondisi masyarakat yang terus mengalami perubahan, baik secara kultural maupun sosial-keagamaan. Strategi dakwah semacam ini telah diperkenalkan dan dikembangkan oleh Rasulullah Muhammad SAW dalam menghadapi situasi dan kondisi masyarakat Arab saat itu. Strategi dakwah Rasulullah yang dimaksud antara lain menggalang kekuatan di kalangan keluarga dekat dan tokoh kunci yang sangat berpengaruh di masyarakat dengan jangkauan pemikiran yang sangat luas, melakukan hijrah ke Madinah untuk fath al Makkah dengan damai tanpa kekerasan, dan lain sebagainya (Rafi'udin dan Djaliel, 1997: 78).

Kemudian, jika dikaitkan dengan era globalisasi saat ini, maka juru dakwah harus memahami perubahan transisional dari transaksi pada kekuatan magis dan ritual ke arah ketergantungan pada sains dan kepercayaan serta transisi dari suatu masyarakat yang tertutup, sakral dan tunggal ke arah keterbukaan, plural dan sekuler. Jadi, suatu strategi tidak bersifat universal. Ia sangat tergantung pada realitas hidup yang sedang dihadapi. Karena itu, strategi harus bersifat terbuka terhadap segala kemungkinan perubahan masyarakat yang menjadi sasaran dakwah (Pimay, 2005: 53).

Berkaitan dengan perubahan masyarakat yang berlangsung di era globalisasi, maka perlu dikembangkan strategi dakwah Islam sebagai berikut. Pertama, meletakkan paradigma tauhid dalam dakwah. Pada dasarnya dakwah merupakan usaha penyampaian risalah tauhid yang memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan yang universal (egaliter, keadilan dan kemerdekaan). Dakwah berusaha mengembangkan fitrah

dan kehanifan manusia agar mampu memahami hakekat hidup yang berasal dari Allah dan akan kembali kepada-Nya. Dengan mengembangkan potensi atau fitrah dan kedhaifan manusia, maka dakwah tidak lain merupakan suatu proses memanusiakan manusia dalam proses transformasi sosio-kultural yang membentuk ekosistem kehidupan. Karena itu, tauhid merupakan kekuatan paradigmatis dalam teologi dakwah yang akan memperkuat strategi dakwah.

Kedua, perubahan masyarakat berimplikasi pada perubahan paradigmatis pemahaman agama. Dakwah sebagai gerakan transformasi sosial sering dihadapkan pada kendala-kendala kemapanan keberagamaan seolah-olah sudah merupakan standar keagamaan yang final sebagaimana agama Allah. Pemahaman agama yang terlalu eksoteris dalam memahami gejala-gejala kehidupan dapat menghambat pemecahan masalah sosial yang dihadapi oleh para juru dakwah itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukan pemikiran inovatif yang dapat mengubah kemapanan pemahaman agama dari pemahaman yang tertutup menuju pemahaman keagamaan yang terbuka.

Ketiga, strategi yang imperatif dalam dakwah. Dakwah Islam berorientasi pada upaya amar ma'ruf dan nahi munkar. Dalam hal ini, dakwah tidak dipahami secara sempit sebagai kegiatan yang identik dengan pengajian umum atau memberikan ceramah di atas podium, lebih dari itu esensi dakwah sebetulnya adalah segala bentuk kegiatan yang mengandung unsur amar ma'ruf dan nahi munkar (Pimay, 2005: 52).

C. Televisi

1. Pengertian Televisi

Televisi merupakan salah satu media yang paling efektif dalam menyampaikan pesannya. Televisi adalah media elektronik sebagai sarana komunikasi yang mampu menjangkau khalayak yang relatif besar. Pengaruh televisi begitu vital dalam masyarakat disebabkan karena televisi mempunyai beberapa fungsi sebagai bagian dari komunikasi

massa. Adapun fungsi tersebut antara lain, menghibur, meyakinkan, menginformasikan, menganugraahkan status, membius dan menciptakan rasa kebersatuan.

Tidak hanya sebagai penyampai informasi, televisi juga membentuk perilaku seseorang, baik ke arah positif maupun negatif, disengaja ataupun tidak. Televisi sebagai media audio visual mampu merebut 94% saluran masuknya pesan-pesan atau informasi ke dalam jiwa manusia yaitu lewat mata dan telinga. Televisi mampu membuat orang pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar di layar televisi walaupun hanya sekali ditayangkan. Atau secara umum, orang akan ingat 85% dari apa yang mereka lihat di televisi setelah tiga jam kemudian dan 65% setelah tiga hari kemudian.

Kata televisi terdiri dari kata *tele* yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan kata *visi* yang berarti “citra atau gambar” dalam bahasa Latin. Jadi, kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh (Sutisno, 1993: 1). Pendapat lain menyebutkan, televisi dalam bahasa Inggris disebut *television*. Televisi terdiri dari istilah *tele* yang berarti jauh dan *visi* (*vision*) yang berarti penglihatan (Effendy, 2003: 174).

Menurut Badjuri (2010: 39) televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (audiovisual). Ia berbeda dengan media cetak yang lebih merupakan media pandang. Orang memandangi gambar yang ditayangkan di televisi, sekaligus mendengar atau mencerna narasi atau narasi dari gambar tersebut.

Televisi merupakan salah satu bentuk media sebagai alat komunikasi massa. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media komunikasi yang termasuk massa yaitu radio siaran, televisi, film yang dikenal sebagai media elektronik, serta surat kabar dan majalah yang keduanya termasuk media cetak (Karyanti, 2005: 3).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan media komunikasi massa yang memiliki perpaduan antara audio dan visual, yang mana masyarakat dapat melihat mendengar melalui audio dan melihat melalui visual.

2. Sejarah Televisi

Dalam penemuan televisi, terdapat banyak pihak penemu maupun inovator yang terlibat, baik perorangan maupun perusahaan. Televisi adalah karya massal yang dikembangkan dari tahun ke tahun. Awal dari televisi tentu tidak bisa dipisahkan dari penemuan dasar, yaitu hukum Gelombang Elektromagnetik yang ditemukan oleh Joseph Henry dan Michael Farady pada tahun 1831 yang merupakan awal dari era komunikasi elektronik. Pada tahun 1876 George Carey menciptakan Selenium Camera yang digambarkan dapat membuat seseorang melihat gelombang listrik. Belakangan Eugen Goldstein menyebut tembakan gelombang sinar dalam tabung hampa itu dinamakan sebagai Sinar Katoda. (Badjuri, 2010: 5)

Pada hakikatnya, media televisi lahir karena perkembangan teknologi. Bermula dari ditemukannya *electrische teleskop* sebagai perwujudan gagasan seorang mahasiswa dari Berlin (Jerman Timur) yang bernama Paul Nipkov, untuk mengirim gambar melalui udara dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kepingan logam atau disebut dengan teleskop elektrik dengan resolusi 18 garis. Temuannya disebut cikal bakal lahirnya televisi. Karena ketekunannya Paul Nipkov akhirnya menemukan sebuah alat yang kemudian disebut “Jantra Nipkov” atau disebut juga “Nipkov Sheibu”, hal ini terjadi antara tahun 1883-1884. Akhirnya Nipkov diakui sebagai bapak televisi. (Kuswandi, 2007: 5-6)

Disamping Paul Nipkov dari Jerman Timur, orang-orang Amerika, seperti S. Morse, A.g. Bell dan Herbert E. Ives, banyak berjasa dalam usaha mengembangkan televisi. Akan tetapi, ahli-ahli pengetahuan berkebangsaan lain juga tidak sedikit memberikan sumbanganya, seperti, Galilei dari Italia, May dan Velloughby Smith Idari Inggris, dan Weiller

berkebangsaan Jerman serta sarjana Rusia Dr. VK Zworyykin. Televisi dapat dinikmati oleh publik Amerika Serikat pada tahun 1939, yaitu ketika berlangsungnya “*World’s Fair*” di New York. Sempat terhenti ketika Perang Dunia II. Tahun 1946, kegiatan pertelevisian dimulai lagi.

Diseluruh AS terdapat beberapa pemancar. Dengan demikian, pesatnya perkembangan teknologi, jumlah studio atau pemancar televisi meningkat. Ada 750 stasiun di AS. Televisi akhirnya jadi kebutuhan hidup sehari-hari. Lebih 75 juta pesawat televisi, digunakan secara tetap di AS. Lebih dari 90% rumah di AS dilengkapi dengan pesawat televisi. Bahkan Inggris termasuk salah satu negara yang paling lama mengadakan eksperimen dalam bidang televisi. John Baird misalnya, telah mendemonstrasikan televisi pada tahun 1924. Dan BBC, yang kini menjadi salah satu organisasi televisi terbesar di dunia, sudah mencoba mengadakan siaran sejak tahun 1929. Akhirnya, tanggal 2 November 1936 ditetapkan sebagai hari jadi BBC television.

3. Perkembangan Televisi

Penemuan baru di bidang teknologi komunikasi dan informasi telah mendorong terus berkembangnya media elektronik. Berbagai kemajuan dan perubahan terjadi dalam percepatan semakin meningkat. Sejak ditemukannya radio dan televisi hitam putih dibutuhkan waktu yang cukup lama. Tapi, pada perkembangan berikutnya mulai dari televisi berwarna sampai pada penemuan teknologi komunikasi interaktif lewat internet, misalnya, perubahannya menjadi sangat cepat (Muhtadi, 1999: 95).

Seperti yang telah diketahui, televisi mulai diperkenalkan pada publik pada acara pameran dunia tahun 1939, ketika berlangsungnya *World Fair* di New York Amerika Serikat. Tetapi Perang Dunia II telah menyebabkan kegiatan dalam bidang televisi itu terhenti. Baru setelah tahun 1946 kegiatan dalam bidang televisi dimulai lagi. Pada saat itu seluruh Amerika Serikat hanya terdapat beberapa buah pemancar saja, tetapi kemudian disebabkan suasana yang mengizinkan dan teknologi

yang berkembang pesat, maka jumlah studio atau pemancar televisi meningkat dengan hebatnya (Baksin, 2006: 12-13).

Perkembangan televisi tidak hanya di Amerika saja, tetapi juga di Inggris pada tahun 1924. John Logie Baird mendemonstrasikan televisi pada tahun 124. BBC, yang merupakan salah satu organisasi terbesar di dunia, mencoba-coba mengadakan siaran sejak tahun 1929. Selanjutnya, setelah perang usai, mengiringi pembangunan berbagai gedung-gedung yang hancur serta perbaikan segala aspek badan-badan siaran televisi juga muncul di negara-negara lain. Di Perancis, Jerman Barat, Nederland, Belgia, Luxemburg, Italia, Denmark, Austria, Swedia, Switzerland, dan negara lainnya. Televisi juga berkembang di Asia, yakni Indonesia dan Republik China pada tahun 1962, Jepang pada tahun 1953, Philipina pada tahun 1953, Muangthai pada tahun 1955, Singapura pada tahun 1963, dan kemudian menyusul Malaysia.

Siaran televisi pertama kali di Indonesia diperkenalkan pada tahun 1962, ketika Indonesia mendapat kehormatan untuk menyelenggarakan pesta olahraga Asian Games di Jakarta. Saat itu, masyarakat Indonesia disugahi tontonan realita yang memukau. Meskipun hanya siaran hitam putih, namun siaran pertama kali televisi di Indonesia itu menjadi momentum yang bersejarah. Sementara puncak ketenaran (*booming*) televisi di Indonesia sendiri di mulai tahun 1992 ketika RCTI mulai mengudara dengan bantuan *decoder* (alat pemancar) (Baksin, 2006: 15). Saat ini di Indonesia sudah mengudara satu televisi pemerintah yakni TVRI, dan beberapa televisi swasta, antara lain SCTV, MNC, ANTV, Indosiar, Metro TV, Trans TV, Trans 7, TVOne, Global TV, serta televisi lokal seperti JTV, SBO, TV9, dan lain-lain.

4. Karakteristik Televisi

Ditinjau dari stimulasi alat indra, dalam radio siaran, surat kabar dan majalah hanya satu alat indra yang mendapat stimulus yakni televisi. Dalam Radio siaran menggunakan alat indra pendengaran, sedangkan

dalam surat kabar dan majalah menggunakan indra penglihatan. Berikut adalah karakteristik televisi (Karyanti, 2005: 137-139):

a. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus dilihat. Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Maka dari itu televisi disebut sebagai media massa elektronik audiovisual. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting dari kata-kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis.

b. Berpikir dalam Gambar

Ada dua tahap yang dilakukan proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

c. Pengoperasian Lebih Kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran jauh lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

Namun, setiap media komunikasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Tidak ada satu media pun yang dapat dipergunakan untuk memenuhi segala macam tujuan komunikasi. Untuk itu berikut adalah karakteristik televisi menurut Sutisno dalam bukunya *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video* (Sutisno, 2002: 3):

a. Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia.

- b. Dapat menghadirkan objek yang amat kecil/besar, berbahaya, atau yang langka.
- c. Menyajikan pengalaman langsung kepada penonton.
- d. Dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.
- e. Mampu menyajikan unsur warna, gerakan, bunyi, dan proses dengan baik.
- f. Dapat mengkoordinasikan pemanfaatan berbagai media lain, seperti film, foto, dan gambar dengan baik.
- g. Dapat menyimpan berbagai data, informasi, dan serentak menyebarkan dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan.
- h. Mudah ditonton tanpa perlu menggelapkan ruangan.
- i. Membangkitkan perasaan intim atau media personal.

5. Televisi sebagai Media Massa

Televisi sebagai media yang muncul belakangan ini dibanding dengan media cetak dan media radio, ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan kehidupan manusia. Dengan kemampuannya, televisi dapat menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai jarak secara geografis dan sosiologis.

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa sebagai alat komunikasi massa. Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Media ini mempunyai kelebihan dari media massa lainnya yaitu bersifat audio visual, dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa dimanapun mereka berada.

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya seperti surat kabar dan radio siaran, yakni memberi informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*) dan mempengaruhi (*to*

persuade). Menurut Effendy (2003: 54) mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah:

a. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa.

b. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya, karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

c. Fungsi Memengaruhi

Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, feature, iklan, artikel, dan sebagainya.

6. Televisi sebagai Media Dakwah

Televisi saat ini merupakan media massa yang “terpopuler” di kalangan masyarakat dunia terutama masyarakat Indonesia. Hampir 90 persen penduduk di negara-negara berkembang mengenal dan memanfaatkan televisi sebagai sarana hiburan, informasi, edukasi dan sebagainya. Televisi tidak membatasi diri hanya untuk konsumsi kalangan tertentu saja namun telah menjangkau konsumen dari semua kalangan masyarakat tak terkecuali remaja dan anak-anak.

Televisi atau yang sering disebut TV merupakan salah satu media massa yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Televisi berasal dari kata *tele* (jauh) dan *vision* (tampak), jadi televisi berarti tampak atau dapat dilihat dari jauh. Dalam (*Oxford Learner's Dictionary*) menyebutkan televisi adalah sistem pengiriman dan penerimaan visual dan audio dalam suatu jarak tertentu melalui gelombang radio. Secara sederhana kita dapat mendefinisikan televisi sebagai media massa yang menampilkan siaran berupa gambar dan suara dari jarak jauh. (Rakhmat, 2005: 189).

Sebagai media massa, televisi merupakan sarana komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri mempunyai definisi sederhana seperti yang di kemukakan Bittner “*Mass Communication is message Communicationted trough a mass medium to a large of people*” (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada jumlah besar orang). Ini berarti antara televisi dan komunikasi massa yang menyangkut khalayak banyak sangat berkaitan satu sma lain.

Secara langsung maupun tidak langsung televisi pasti memberikan pengaruh besar terhadap perubahan kehidupan masyarakat. Massa dalam hal ini adalah masyarakat merupakan pihak yang berperan sebagai komunikator yang memberikan pesan berupa informasi, hiburan, edukasi maupun pesan-pesan lainnya. Pesan yang disampaikan melalui televisi akan sampai ke khalayak dengan cepat tidak demikian dengan umpan balik atau feedback dari masyarakat akan sampai ke televisi dengan tidak segera. Proses penghantaran pesan antara komunikator dan komunikan inilah yang kita sebut sebagai arus informasi. Agar pesan bisa diterima baik oleh komunikan dalam kasus ini yaitu masyarakat, maka diperlukan pengendalian arus informasi.

Sejauh ini yang kita tangkap dari komunikasi massa televisi, televisi lebih dominan dalam situasi komunikasinya. Televisi cenderung persuasif dengan segala program tayangan yang makin bervariasi. Ini tidak mengherankan karena televisi menjalankan perannya sebagai komunikator. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa *feedback* masyarakat sebagai komunikasi juga penting bagi perkembangan informasi dan pemaketan program televisi seperti *talk show* ataupun program kuis. Ini menandakan antara televisi dan masyarakat ada suatu benang merah dimana antar keduanya. Dalam psikologi komunikasi, hal tersebut merupakan efek psikologi pada peristiwa komunikasi massa. Bila arus komunikasi hanya dikendalikan oleh komunikator, situasi akan menunjang persuasi yang efektif. Sebaliknya bila khlayak dapat

mengatur arus informasi, situasi komunikasi akan mendorong belajar yang efektif.

BAB III

GAYA KOMUNIKASI MAMAH DEDEH

A. Profil Mamah Dedeh

Dedeh Rosidah alias Mamah Dedeh mulai terkenal sejak berdakwah lewat radio. Namanya makin melambung saat ia intensif ceramah di media televisi. Perjalanan dakwahnya di media hampir 22 tahun. Padahal jauh sebelum itu, beliau juga sudah berceramah keliling kampung. Pada setiap ceramahnya selalu mendapat respons yang baik. Bicaranya ceplas-ceplos ala orang Betawi. Penyampiannya tegas, galak, kadang mengundang tawa para jemaahnya. Apalagi kalau sudah mendengar ketawa mama Dedeh sendiri (Zaini, 2016: 217-218).

Perempuan kelahiran Ciamis, 5 Agustus 1951 ini mengenal dakwah sejak kecil. Beliau adalah anak seorang kiai bernama Sujai dan menikah dengan Syarifuddin yang juga anak kiai asal Betawi KH. Hasan Basri. Masa kecil dan remajanya beliau habiskan di kota kelahirannya. Beliau besar dalam lingkungan agama yang ketat. Ayahnya seorang kiai. Tak heran bila Mama Dedeh dan saudaranya melakoni seperti ayahnya berceramah sejak kecil. Saat usia SD, Mama Dedeh kadang mengisi ceramah-ceramah pengajian di kampung.

Lulus SMP, beliau meneruskan sekolah pendidikan guru agama (PGA) yang tidak terlalu jauh dengan kegiatan ayahnya sebagai penceramah. Padahal beliau bercita-cita ingin menjadi pelukis. Untuk meneruskan kegiatan ayahnya, Mama Dedeh dikirim ayahnya kuliah ke Jakarta pada usia 17 tahun. Pada tahun 1968 itulah beliau tinggal di Asrama putri Institut Agama Islam Negeri (kini menjadi Universitas Islam Negeri) Syarif Hidayatullah. Beliau mengambil Fakultas Tarbiyah (pendidikan) (Wahyuningsih, 2017: 48).

Kebiasaan berceramah tetap beliau lakukan saat menjadi mahasiswa. Saat Sabtu Minggu libur, beliau keluar asrama bersama teman-temannya berceramah di sekitar Ciputat, Cireunde, dan Pondok Cabe, Jakarta. Memasuki kuliah tahun ketiga, pada tahun 1970, usia 19 tahun, beliau

menikah dengan kakak kelasnya Syarifuddin. Beliau jalani kuliah meskipun sudah berumah tangga dan tetap tinggal di asrama.

Setelah selesai kuliah, beliau tinggal bersama suaminya di rumah mertuanya di Tanah Abang, Jakarta. Di sini pun bercermah. Setelah lima tahun di sana, beliau pindah ke Depok. Beradaptasi dengan lingkungan baru bukan hal yang sulit baginya. Beliau bahkan diminta untuk mengisi acara pengajian di lingkungannya. Seiring perjalanan waktu, ia pun berceramah dari RW ke RW hingga antar kampung. Tak hanya itu, beliau juga mengangkat anak asuh untuk disekolahkan. Namanya mulai dikenal di sekitar Jabotabek.

Pada tahun 1994, aktor Benyamin Sueb pemilik radio betawi Bens Radio meminta Mama Dedeh mengisi program Ngaji setiap hari Jumat. Nama Mama Dedeh masuk ke sini, karena salah satu anak asuhnya yang bekerja di radio ini mengusulkannya ke Benyamin Sueb yang sedang mencari penceramah perempuan. Mama Dedeh mulai siaran di Radio. Gaya khasnya yang ceplas-ceplos mirip dengan karakter Bens Radio mendapat respon yang bagus dari pendengar radio. Dari situlah stasiun televisi Indosiar mengenal dan memintanya mengisi program Mamah dan Aa (Zaini, 2016: 218).

Pada tahun 2007, awal Mama Dedeh dikontrak Indosiar. Sejak tampil di Indosiar, namanya makin populer. Beliau pun mulai banyak undangan dari ibu-ibu pengajian hingga pejabat menteri. Beliau sudah berkeliling kota-kota di Indonesia. Dalam sehari, beliau bisa menghadiri 5-6 tempat. Selain berceramah lewat visual, audio, tatap muka, beliau juga berdakwah lewat buku. Beliau menulis buku dengan judul Curhat ke Mamah Dedeh: Menuju Keluarga Sakinah. Mama Dedeh makin eksis di dunia televisi, beliau dipercaya untuk mengisi beragam program dengan nama yang berbeda, tapi tetap dengan aikon dengan nama Mamah, misalnya program: Mamah dan Aa, Ceramah (ceria Bersama mamah), Mamah On The Street, Mamah dan Aa Beraksi, Hati ke hati bersama Mamah Dedeh.

Mamah Dedeh memiliki karakter logat khas sunda dengan suara lantang. Logat bicara khas dari Mamah Dedeh sudah terbentuk sejak kecil karena kebiasaannya sehari-hari, ketika beliau dan kelima saudaranya mulai

membantu orangtua dengan bekerja di sawah. Kedua orangtua Mamah Dedeh bekerja sebagai petani dan menjadi guru mengaji di waktu malam. Setelah lulus dari sekolah dasar, Mamah Dedeh melanjutkan pendidikannya ke sekolah agama, lalu meninggalkan Ciamis menuju Jakarta untuk kuliah. Dari sinilah rutinitas mengajar mengajinya tidak pernah berhenti sejak kecil semakin menunjukkan eksistensinya. Ia menikah dengan putra kiai. pernikahannya dengan putra kiai ikut berperan dalam membesarkan kiprahnya di dunia dakwah (Profil Mama Dedeh dan Cerita Hidupnya, 2016). Dengan demikian, Mamah Dedeh kurang lebih sudah 10 tahun lebih menjadi pendakwah/penceramah melalui Indosiar, tepatnya dimulai dari tahun 2007 hingga sekarang ini (tahun 2017). Keduanya masih dipercaya oleh Indosiar untuk mengisi program acara tersebut. Tentu sudah banyak tema keagamaan yang diproduksi oleh Indosiar dengan nara sumbernya Mamah Dedeh dan didampingi oleh Abdel Achrian. Rentang yang lama ini menunjukkan bahwa program talkshow religi “Mamah & Aa Beraksi” diminati oleh masyarakat luas, khususnya umat Islam. Ini merupakan suatu kebanggaan bagi Mamah Dedeh dan Abdel Achrian yang masih tetap eksis dan bertahan di tengah munculnya para pendakwah muda.

B. Program Mamah dan Aa’

Perkembangan zaman telah merubah lingkungan dan kehidupan di dunia ini. Berbagai masalah kehidupan terjadi dalam ruang lingkup yang luas hingga yang terkecil. Timbul banyak permasalahan hidup yang semakin rumit. Meningkatnya kriminalitas, terjadi kekerasan dimana-mana dan bobroknya budaya sosial masyarakat, sehingga banyak terjadi konflik dalam masyarakat itu sendiri. Hal tersebut semakin mempengaruhi pola hidup dan pola pikir masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat pun memerlukan solusi untuk menghadapi dan menyelesaikan masalah-masalah tersebut.

Pada dasarnya manusia tidak terlepas akan kebutuhan-kebutuhan yang khusus, seperti hiburan dan informasi. Salah satunya informasi religi. Kebutuhan manusia akan nilai-nilai religius merupakan kebutuhan pribadi

yang sangat penting. Dapat dikatakan kebutuhan tersebut adalah kebutuhan dasar manusia sebagai pedoman dalam menjalani hidup. Dan kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat diperoleh melalui televisi.

Televisi kini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia mulai dari kalangan atas hingga kalangan bawah. Sesuai dengan misi stasiun televisi Indosiar yang tidak hanya mencari keuntungan belaka, namun juga berupaya memberikan informasi, mendidik dan layanan sosial. Maka Indosiar pun berinisiatif untuk mendekatkan masyarakat kepada nilai-nilai kehidupan sosial dan agama, serta sebagai media penjemputan dan penyebaran nilai-nilai agama. Dengan melihat fenomena seperti yang telah dijelaskan, Maka Indosiar menciptakan sebuah program talk show religi yang bernuansa islami. Dimana acara tersebut dapat memberikan solusi akan permasalahan seputar kehidupan sosial masyarakat dan agama.

Program talk show religi tersebut diberi nama Mamah dan Aa. Tayangan berdurasi satu jam itu telah mengudara kali pertama pada hari Kamis, tanggal 15 Maret 2007, pukul 08.00 WIB. Program ini memang sudah memfokuskan diri sejak awal sebagai tempat untuk menerima keluhan atau pertanyaan seputar kehidupan Islami.

Pada bulan September 2013 program Mamah dan Aa" berubah menjadi Mamah dan Aa" Beraksi, kata "Beraksi" diambil dari program pencarian bakat "Aksi" (Akademi Sahur Indosiar) yang ditayangkan pada ramadhan bulan September 2013. Program ini dipandu oleh seorang pembicara yang biasa disebut dengan panggilan Mamah Dedeh, yaitu Hj Dedeh Rosidah Syarifudin. Disamping itu ada seorang pembawa acara yang biasa disebut dengan panggilan Aa, yaitu Abdel Achrian.

Pada tahun 2007, awal Mama Dedeh dikontrak Indosiar. Sejak tampil di Indosiar, namanya makin populer. Ia pun mulai banyak undangan dari ibu-ibu pengajian hingga pejabat menteri. Ia sudah berkeliling kota-kota di Indonesia. Dalam sehari, ia bisa menghadiri 5-6 tempat. Selain berceramah lewat visual, audio, tatap muka, ia juga berdakwah lewat buku. Ia menulis

buku dengan judul Curhat ke Mamah Dedeh: Menuju Keluarga Sakinah. Mama Dedeh makin eksis di dunia televisi, ia dipercaya untuk mengisi beragam program dengan nama yang berbeda, tapi tetap dengan aikon dengan nama Mamah, 50 misalnya program; Mamah dan Aa, Ceramah (ceria Bersama mamah), Mamah On The Street, Mamah dan Aa Beraksi, Mamah dan Aa Beraksi.

Pendampingnya Mamah Dedeh dalam acara Mamah Dedeh & Aa Abdel di Indosiar memiliki nama lengkap Abdel Achrian, lahir di Jakarta 27 September 1970 adalah pemeran, pelawak, presenter televisi Indonesia keturunan Minangkabau. Aa Abdel memulai karier sebagai penyiar radio, kemudian merambat dunia lawak melalui judul program Abdel dan Temon. Dilihat dari riwayat hidup Mamah Dedeh dari kecil yang telah dibesarkan di lingkungan pesantren lalu melanjutkan kuliah dikampus isami dan sambil kuliah Mamah Dedeh menyiarkan islam di kampung-kampung maka dari itulah dia pantas menjadi host di acara religi tersebut.

Aa Abdel yang backgroundnya seorang pelawak juga pantas mendampingi Mamah Dedeh, karena dengan adanya Aa Abdel di acara religi tersebut dapat membangkitkan semangat para majelis Taklim yang hadir di studio dan penonton yang ada dirumah. Dengan gabungan host Aa Abdel yang lucu dan Mamah Dedeh yang berilmu dalam agama, penonton mendapatkan dua manfaat sekaligus, yaitu ilmu agama dari Mamah Dedeh serta candaan dari Aa Abdel.

Dalam Program Mamah dan Aa tersebut memberi kesempatan kepada pemirsa Indonesia untuk mencurahkan perasaan dan emosinya akan permasalahan yang sesuai dengan topik yang dibawakan acara tersebut. Dalam hal ini, televisi dapat menjadi media informasi akan pemecahan seputar permasalahan hidup. Karena masalah yang dihadapi oleh seorang pemirsa yang mencurahkan masalahnya kepada Mamah, sangat mungkin dialami oleh pemirsa lainnya. Dengan kata lain, solusi yang diberikan dapat bermanfaat bagi khalayak luas.

Mamah Dan Aa hadir setiap hari Senin hingga Sabtu di layar kaca Indosiar. Tepatnya pada pukul 05.00 WIB hingga pukul 06:00 WIB. Mamah Dan Aa disiarkan secara langsung hanya pada hari Jumat dan Sabtu. Namun siaran tunda ditayangkan pada hari Senin, Selasa, Rabu, dan Kamis (Wahyuningsih, 2017: 51).

Mamah dan Aa juga merupakan media interaktif dengan pemirsa di studio dan di rumah serta memberikan kesempatan dalam memberikan tanggapan atau pertanyaan melalui saluran telepon yang disediakan Indosiar. Untuk pemirsa yang hadir di studio, umumnya berasal dari kelompok pengajian. Sementara untuk yang di rumah, Indosiar membuka saluran telepon. Dengan nomor telepon 021-5641234 (Jabodetabek), dan 021-5655676 (Luar Jabodetabek). Saluran ini diberi nama nomor curhat atau mencurahkan hati.

Pada siaran tunda program Mamah Dan Aa, tetap mengikutsertakan pemirsa di luar studio untuk bertanya dan curhat. Namun bukan melalui saluran telepon, melainkan melalui email dengan alamat email curhat@indosiar.com dan fak dengan nomor (021) 560 7234 yang dikirimkan oleh pemirsa dan akan dibacakan pada saat acara berlangsung. Surat tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan masyarakat yang akan diajukan kepada Mamah. Melalui diskusi secara interaktif baik dari Mamah Dedeh, Aa Abdel dan para pemirsa di rumah, acara tersebut sebagai media dapat mempermudah proses pembelajaran terhadap masyarakat. Dalam hal ini pembelajaran informal juga meliputi penyampaian informasi sosial, agama dan realitas hidup lain.

Program talk show religi Mamah Dan Aa terbagi menjadi empat part. Dimana setiap part didominasi dengan dialog interaktif. Sebelum memasuki pembahasan atau topik permasalahan, Mamah selalu memberikan tausiyah kepada pemirsa. Sebagai pembuka topik, Mamah menyampaikan pesan secara umum tentang topik yang akan dibahas (Gunadi, 2009: 53).

Bagian paling penting dalam isi acara ini yaitu dialog interaktif dua arah. Dimana dialog melibatkan pemirsa di rumah dan di studio. Disamping itu terjadi pula dialog satu arah, yaitu dialog antara Mamah dan masyarakat

yang bertanya secara tidak langsung. Hal tersebut terjadi karena pertanyaan yang disampaikan direkam terlebih dahulu, dan ditayangkan pada saat acara berlangsung. Tetapi hal tersebut tidak menjadi halangan, karena semua pertanyaan dalam bentuk apa pun selalu dibahas dan dijawab satu-persatu hingga tuntas.

Program talk show religi Mamah dan Aa Beraksi merupakan program yang membahas mengenai permasalahan seputar kehidupan sosial masyarakat dan agama yang berlandaskan ajaran agama Islam. Program ini mampu menarik perhatian pemirsa karena topik yang dibahas selain masalah yang berhubungan dengan agama juga masalah keluarga, sehingga pemirsa dapat berpartisipasi langsung melalui pesawat telepon untuk bertanya langsung kepada nara sumber. Selain melalui pesawat telepon pemirsa juga dapat memberikan pertanyaan lewat email di curhat@indosiar.com.

Selain itu peran presenter dan nara sumber sangat berperan dalam program ini karena mereka mempunyai selera humor yang bagus sehingga pemirsa tidak bosan untuk menyaksikan program itu.

Program ini juga sangat cocok dengan keadaan masyarakat saat ini, ditengah-tengah keadaan yang semakin sulit maka akan timbul masalah-masalah dalam keluarga, dan program ini akan menjadi jawaban dari semua itu sesuai dengan slogan yang selalu disampaikan oleh presenter Aa Abdel ” solusi keluarga sakinah”.

Sejak pertama kali ditayangkan program ini selalu menghadirkan penonton atau audience yang diundang ke studio yaitu ibu – ibu dari majelis ta’lim, hal ini bertujuan agar suasana dalam perbincangan lebih menarik dan proaktif dalam memberikan pertanyaan kepada nara sumber.

Acara Mamah dan Aa Beraksi mampu memberikan penyegaran rohani islami karena membahas berbagai permasalahan umat muslim dalam kehidupan sehari-hari, terutama masalah-masalah dalam keluarga dan isu-isu yang sedang berkembang. Sasaran audiens dalam acara ini adalah ibu-ibu rumah tangga. Solusi atas permasalahan jamaah dihadirkan dari sudut pandang yang sesuai dengan ajaran agama islam namun disampaikan dengan

tegas, lugas, mudah dipahami, serta bernuansa humor dengan adanya Aa Abdel sebagai pemandu acara.

C. Gaya Komunikasi Mamah Dedeh dalam Program “Mama Dan Aa” Di Stasiun Televisi Indosiar

Tayangan program “Mama dan Aa” sebuah talk show yang berisi ajaran nilai-nilai dakwah yang berpedoman kepada Al-Qur’an dan As-Sunnah. Acara ini juga berfungsi sebagai media curhatan dan menganalisis pengetahuan terhadap persoalan Agama Islam yang dibahas secara interaktif dan menyeluruh. Mamah Dedeh yang memiliki keahlian dalam bidang ilmu keagamaan yang sekaligus berperan sebagai narasumber, dalam acara ini Mamah Dedeh juga didampingi oleh Abdel sebagai host atau pembawa acara. Program “Mama dan Aa” ditayangkan setiap hari pagi pukul 05.00-06.00 WIB di Indosiar.

Hampir seluruh ceramah Mamah Dedeh dalam program “Mama dan Aa” yang disiarkan melalui stasiun Televisi Indosiar menggunakan gaya komunikasi (*communications style*) dengan gaya komunikasi asertif dengan tipe efektif dan aktif. Dalam dakwahnya Mama Dedeh lebih banyak berkomunikasi secara *low context* atau konteks rendah. Mama Dedeh banyak bicara secara langsung terutama dalam berkomunikasi dengan *audience* di studio yang rata-rata masyarakat berpendidikan menengah kebawah. Komunikasi langsung dengan konteks rendah akan lebih cepat dipahami oleh audiens.

Gaya langsung atau *low context* ini cenderung lebih heterogen dan individualis. Gaya komunikasi mereka biasanya “langsung”. Karena mereka berada dalam budaya heterogen maka umumnya mereka kurang mengetahui budaya orang lain (nilai, norma, dan kepercayaan), sehingga selalu membuka jarak sosial dengan orang-orang yang berbeda budaya, yaitu HCC. Pertukaran pesan diantara mereka biasa menggunakan kata-kata verbal, jika ada pesan nonverbal maka hanya dimengerti di kalangan sendiri. Gaya hidup mereka sehari-hari tidak selalu tergantung pada orang lain, mereka melakukan apa

yang dapat disesuaikan dengan situasi yang mereka sedang hadapi. Sedangkan menurut penulis, dilihat dari dua penjelasan di atas gaya komunikasi tidak langsung bisa disebut dengan gaya konteks tinggi dimana gaya komunikasi ini digunakan oleh masyarakat homogen dan menggunakan bahasa nonverbal sehingga apabila ada sesuatu hal yang baru mereka menganggap itu sebagai sesuatu yang aneh. Berbeda dengan gaya komunikasi langsung atau gaya komunikasi konteks rendah, dalam gaya komunikasi ini menggunakan bahasa verbal dan digunakan oleh masyarakat heterogen dan apabila ada sesuatu yang baru mereka tidak menganggap itu aneh.

BAB IV

ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DAKWAH MAMA DEDEH PADA PROGRAM MAMAH DAN AA' DI INDOSIAR

Dakwah yang pada intinya menyeru kepada Allah adalah kewajiban setiap muslim. Kesadaran itu penting ditanamkan pada setiap muslim. Allah SWT berfirman:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. (QS. An-Nahl: 125)

Gaya komunikasi efektif mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat dalam komunikasi. Tujuannya adalah memberikan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima sehingga bahasa lebih jelas, lengkap, pengiriman dan umpan balik seimbang dan melatih penggunaan bahasa nonverbal ataupun verbal secara baik (Rochmah, 2012: 28).

Komunikasi merupakan bagian dari salah satu tindakan yang mempengaruhi yang dapat menggunakan carapersuasif. Maksud komunikasi persuasif dalam kerangka dakwah adalah komunikasi yang senantiasa berorientasi pada segi-segi psikologis mad'u (*audiens*) dalam rangka membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan melaksanakan ajaran Islam. Untuk berhasilnya komunikasi persuasif, perlu dilaksanakan secara sistematis.

Tayangan program “Mamah dan Aa Beraksi” sebuah talk show yang berisi ajaran nilai-nilai dakwah yang berpedoman kepada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Acara ini juga berfungsi sebagai medium penyeimbang (*balance*), refleksi dan koreksi terhadap persoalan Agama Islam yang dikupas secara interaktif dan menyeluruh. Hadirnya Mama Dedeh yang memiliki keahlian dalam bidang ilmu keagamaan yang berperan sebagai narasumber.

Tayangan program “Mamah dan Aa Beraksi” yang tayang di Indosiar ini memiliki jumlah penonton yang cukup tinggi apalagi dikalangan ibu-ibu. Alasan

program “Mamah dan Aa Beraksi” memiliki banyak penonton adalah karena gaya komunikasi yang digunakan Mamah Dedeh dalam menyampaikan dakwahnya yang berbeda dalam penelitian ini sehingga peneliti akan menganalisis gaya komunikasi dakwah Mamah Dedeh pada Program “Mamah dan Aa Beraksi” yang ditinjau dari pemilihan bahasa, pemilihan kata, teknik pengucapan, dan penyampaian sumber pesan. Selain itu, dikarenakan sudah banyaknya episode yang tayangkan pada Program “Mamah dan Aa Beraksi” maka peneliti hanya akan meneliti 8 episode saja antara lain Menikah Setelah Berbadan Dua, Anak Menuntut Harta Orang Tua, Istriku ATM-ku, Menunggu atau Menjemput Ajal, Istri Kdrt terhadap Suami, Selingkuh dibalas Selingkuh, Orang tua Durhaka, dan Fitnah Penghancur Rumah Tangga alasan pemilihan episode tersebut karena episode tersebut menarik serta dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang tengah terjadi di lingkungan masyarakat.

A. Pemilihan Bahasa

Bahasa memegang peranan yang sangat vital dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Dapat dibayangkan bagaimana nasib manusia jika tidak memiliki bahasa sebagai media komunikasi dalam segala aspek kehidupannya. Manusia dikatakan sebagai makhluk yang berpikir dan menyatakan sesuatu kepada orang lain. Salah satu aspek kehidupan manusia yang tidak dapat lepas dari penguasaan bahasa adalah dakwah (kegiatan dakwah). Dakwah merupakan suatu proses penyampaian pesan atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai sarana penyampaiannya. Banyak pesan dakwah yang tidak sampai kepada khalayak karena kegagalan penggunaan bahasa di dalam menyampaikannya.

Bahasa yang digunakan tidak komunikatif sehingga pesan yang ingin disampaikan tidak dapat dipahami dengan baik oleh khalayak, karena kegagalan penggunaan bahasa maka dakwah yang disajikan terasa kering, gersang dan hambar. Begitu pentingnya pemilihan bahasa dalam pengembangan dakwah, maka pemilihan bahasa yang digunakan sarana dan pengantarnya perlu diperhatikan dengan baik.

Pada siaran “Mamah dan Aa” episode pertama yaitu “Menikah Setelah Berbadan Dua”. Dalam episode ini Mamah Dedeh menggunakan Bahasa Indonesia yang tidak baku yang bahasa tersebut biasanya banyak digunakan oleh masyarakat, bahasa yang digunakanpun bahasa secara verbal dan langsung kesasaran atau *audience*. Bahasa verbal adalah bahasa yang diungkapkan secara lisan. Dalam eposide “Menikah Setelah Berbadan Dua” contohnya terlihat pada saat Mamah Dedeh menyampaikan:

“Anda lihat orang yang pacaran jangan kan maaf berhubungan badan deket aja ser-serannya kuat banget itu kenapa didorong oleh syahwat kemudian mereka pengen buru-buru menikah rasanya lama banget hari pernikahan datang begitu datang pernikahan iblis datang lagi menggoda orang yang menikah tadi agar bubar pernikahannya”.

Bahasa tersebut sebenarnya merupakan bahasa Indonesia yang tidak baku namun sering digunakan masyarakat contohnya ser-seran merupakan bahasa yang sering digunakan masyarakat yang diartikan merasakan sesuatu atau deg-degan hanya saja Mamah Dedeh menambahkan dalam kalimat tersebut agar para audience juga mengerti dengan apa yang disampaikan oleh Mamah Dedek karena bahasa tersebut sudah awam ditelinga masyarakat.

Masih membahas pemilihan bahasa dalam episode “Menikah Setelah Berbadan Dua” ada pemilihan bahasa yang juga berbeda yaitu pada saat menyampaikan dakwahnya sebagai berikut:

“Maaf dikita mah aneh ini anak udah hamil dinikahkan anaknya cengar-cengir maknya cengar-cengir sadar gak sadar mereka sudah pada kerasukan setan dosa yang sangat besar mereka melakukannya”.

Jika dilihat pada kalimat tersebut sebenarnya tidak hanya bahasa Indonesia saja yang digunakan oleh Mamah Dedeh, tetapi beliau juga menggunakan bahasa betawi yang erat dengan tempat kelahirannya, karena bahasa tersebut terkesan ceplas-ceplos dan apa adanya. Penyampaian Bahasa dalam dakwah tersebut sebenarnya terkesan kurang baik karena dilihat dari penyampaian dakwah diatas bahwa Mamah Dedeh juga menggunakan bahasa dari Betawi yang bahkan adanya yang tidak tahu artinya.

Selanjutnya Episode Kedua yaitu “Anak Menuntut Harta Orang Tua”, pada episode tersebut pemilihan bahasa yang disampaikan Mamah Dedeh beragam dari bahasa Indonesia dan Bahasa Betawi yang merupakan ciri khas dari Mamah Dedeh hal tersebut terlihat pada

“Orang tua punya kewajiban membesarkan mendidik mengarahkan menikahkan anak-anak mereka, tapi Allah berfirman لَا يَكْفُفُ اللَّهُ نَفْسًا sesuai dengan kadar kemampuannya. Kemudian kalau seandainya orang tua yang ngambil harta anak bagaimana. Siti aisyah mengatakan bahwa Rasulullah bersabda seenak-enaknya makanan adalah makanan dari jerih payah dirinya sendiri”.

Dapat dilihat bahwa dari pernyataan Mamah Dedeh tersebut menggunakan Bahasa Indonesia yang baik. Sedangkan, dakwah Mamah Dedeh saat menggunakan Bahasa Betawi adalah sebagai berikut:

“Kadang-kadang neyebelin kadang-kadang nurut kadang-kadang ngerong-rong ngelawan mulu ujian banget buat kita itu hasil jerih payah kita sampai anak-anak kita pada bener sekarang makanya kalau mereka punya harta kita boleh ngambilnya tanpa izin tapi gak bakal gitu-gitu amat kita juga tahu diri”.

Bahasa Betawi terlihat pada kata ngerong-rong dan logat yang dibawakan Mamah Dedeh saat mengatakan pernyataan tersebut.

Episode ketiga yang betema “Istriku ATM-ku” dalam episode ini bahasa yang digunakan Mamah Dedeh beragam masih sana yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Betawi yaitu ciri khas dari Mamah Dedeh dan Bahasa Sunda. Bahasa Sunda terdengar saat Mamah Dedeh menyampaikan hal berikut ini:

“Namun, saya yakin semakin-yakinnya kalau suami kita keduk, males, uweh kahayang, cicing wae, tega kemana-mana, boro-boro gayangang duit, ngecibrek aja dirumah kira-kira pegel apa pegel dimana sakitnya?. Kita capek susah sumbel nyari duit pala dibikin kaki, kaki dibikin kepala laki”

Dalam hal ini Mamah Dedeh menggambarkan suami yang malas-malasan dengan Bahasa sunda, sebenarnya memang bagus namun tidak

semua jamaah paham dengan Bahasa sunda. Namun, dalam hal ini bahasa yang digunakan Mamah Dedeh juga masih terdengar baik.

Episode keempat yaitu dengan tema “Menunggu atau Menjemput Aja!” dalam episode ini pemilihan bahasa yang digunakan Bahasa Indonesia dengan logat Betawinya. Hal tersebut terdengar saat Mamah Dedeh menyampaikan hal berikut:

“Di dunia ini kita diperintahkan sisa umurnya dipake di jalan yang Allah ridho karena kematian jangan ditakuti jangan dihindari jangan dijemput setakut bagaimana pun dengan kematian semenghindar bagaimanapun pasti matinya”.

Saat menyampaikan ini tidak Mamah Dedeh tidak menggunakan Bahasa Daerah lain hanya saja logat yang digunakan Mamah Dedeh masih sama ciri khas Mamah Dedeh saat berdakwah yaitu logat Bahasa Betawi.

Episode kelima dengan tema “Istri KDRT Terhadap Suami” dalam episode ini bahasa yang digunakan adalah Indonesia dengan dibubuhi bahasa daerah sunda. Pemilihan Bahasa ini agar para pemirsa memahami dakwah yang disampaikan Mamah Dedeh karena pemirsa acara “Mamah dan Aa Beraksi” sendiri berasal dari berbagai daerah maka lebih baik menggunakan Bahasa Indonesia untuk menyampaikan dakwah karena Bahasa Indonesia merupakan Bahasa Bangsa. Selain itu, penggunaan bahasa daerah sunda atau Jawa Barat hanya beberapa kata yang terdengar dikarenakan Mamah Dedeh yang terlahir dari daerah tersebut. Hal tersebut terlihat saat Mamah Dedeh menyampaikan hal berikut:

“Kebanyakan kalau kita dengar istri di KDRTin kepada suaminya dipukul ditampol tapi banyak juga perempuan yang KDRT pada suaminya, yang namanya KDRT itu ada yang verbal ada yang non verbal pukul, tendang, tonjok, bekasnya ada biru yang nonverbal tuh bini ngomong nyocos ngomel dihina tuh lakinya dasar laki gak tahu diri gak pernah bawa duit pulang gak pernah berikan kepuasan banyak faktor yang menyebabkan kenapa seorang istri menjadi KDRT”.

Dalam pernyataan tersebut dominan menggunakan bahasa Indonesia hanya saja terdapat beberapa penggunaan bahasa daerah lain yaitu nyocos

atau dalam Bahasa Indonesia artinya cerewet dan duit yang dalam bahasa Indonesia yaitu uang.

Keenam adalah episode dengan tema “Selingkuh Dibalas Selingkuh”, masih sama dengan episode-episode sebelumnya Mamah Dedeh menggunakan Bahasa Indonesia dengan logat betawi dan sundanya. selain itu, di episode ini bahasa yang digunakan Mamah Dedeh terdengar sopan dibanding episode sebelumnya, berikut contoh penyampaiaanya dakwah Mamah Dedeh:

“Ketika seorang suami selingkuh istrinya selingkuh anak-anak akan melihat apalagi maknya ngomong biarin bapak kamu aja selingkuh masak mamah gak bisa, artinya anak belajar oh harus balas dendam”.

Dalam penyampaian dakwah tersebut terlihat bahwa Mamah Dedeh menggunakan bahasa Indonesia dengan penggunaan bahasa daerah contohnya “maknya” yang merupakan Bahasa Daerah yang artinya ibunya.

Selanjutnya episode ketujuh dengan tema “Orang Tua Durhaka” dalam episode ini bahasa yang digunakan dalam menyampaikan dakwah menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dengan dibubuhi bahasa daerah betawi dan sunda. Berikut contoh pernyataan dalam dakwah Mamah Dedeh:

“Mak gak srek emang kenapa kitakan turunan bangsawan Raden menag dia mah rakyat biasa itu orang tua yang durhaka. Memang gara-gara Raden, Menag, kekayaan bisa kenyang ? Kagak tau. Keturunana Menag keturunan Raden kalau gak pernah salat Allah tidak Ridha. Rakyat biasa orang kampong kalau ibadahnya rajin Allah Ridha. Mana lagi misalnya anaknya sudah dapet calon suami emaknya gak cocok, gak ah”.

Jelas dalam dakwah tersebut terlihat Mamah Dedeh tidak meninggalkan ciri khasnya dengan logat betawi dan Sundanya. Hal tersebut yang membuat para pemirsa senang mendengarkan dakwah yang disampaikan Mamah Dedeh.

Terakhir yaitu episode kedelapan yaitu dengan tema “Fitnah Penghancur Rumah Tangga” masih sama dengan episode sebelumnya Mamah Dedeh juga menggunakan Bahasa Indonesia dengan dibubuhi bahasa daerah

lain yaitu betawi dan sunda dalam menyampaikan dakwahnya. Hal tersebut terlihat saat Mamah Dedeh menyampaikan hal berikut:

“Bukan hanya bentuk tubuh seperti ini semua merupakan simbol, hikmah bagaimana kita bersikap dalam hidup. Artinya kenapa allah menciptakan mata kanan kiri kalau satu kelihatan satu belum kelihatan mulut jangan komentar kalau satu kedengeran yang sebelah sini belum kedengeran mulut jangan komentar. Kalau seorang baru kecium yang ini belum dicium mulut jangan komentar. Satu kita raba satu belum diraba mulut jangan komentar. Satu kita langkahkan yang satu belum kita langkahkan mulut jangan komentar. Hati-hati mulut jangan sembarangan kita menjawab kata-kata orang, kenapa boleh jadi orang memberitahu kepada kita itu hanya fitnah kebohongan yang tidak ada dasarnya sama sekali”.

Dalam episode ini jelas bahwa Mamah Dedeh menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan sopan. Walaupun dalam penyampaian Mamah Dedeh belum bisa meninggalkan ciri khasnya yaitu logat bahasa betawi dan sundanya.

B. Pemilihan Kata

Kata merupakan faktor yang dapat menyebabkan kesalahan suatu kalimat. Sangat berperan dalam kalimat atau bahasa, karena merupakan unsur utama pembangunan suatu kalimat. Tanpa kata tak mungkin ada kalimat atau bahasa. Wajarlah kita harus berhati-hati benar dengan kata-kata apalagi dalam hal berdakwah. Seseorang dapat dikatakan bahasanya baik ditentukan dengan kemahiran dan kecermatan seseorang dalam memilih kata. Dalam dakwah di antara alat terpenting yang dimiliki seorang pendakwah untuk membantu menjelaskan gagasannya adalah kemampuan mendefinisikan sesuatu apa saja sebelum seorang pendakwah dapat mengatakan dakwahnya kepada orang lain. Seorang pendakwah harus memilih kata-kata yang digunakan agar pendengar mengerti dengan dakwah yang disampaikan.

Ketepatan dalam memilih kata pada dasarnya berkisar pada dua persoalan yakni ketepatan dalam memilih kata yang dapat untuk mengungkapkan gagasan dan ketepatan dari kata-kata yang dipilih. Pemilihan kata merupakan aspek yang sangat penting dalam berdakwah karena pemilihan kata yang tidak tepat selain dapat menyebabkan ketidakefektifan

bahasa yang digunakan, juga dapat mengganggu kejelasan informasi yang disampaikan. Kecuali itu, kesalahpahaman informasi dan rusaknya situasi komunikasi juga tidak jarang disebabkan oleh penggunaan pilihan kata yang tepat.

Analisis pemilihan kata pada dakwah Mamah Dedeh di lihat dari episode pertama yaitu “Menikah Setelah Berbadan Dua”. Pemilihan kata dalam penyampaian pesan dakwah terkesan tidak terstruktur, karena hampir ada kalimat-kalimat yang dibolak-balik atau diulangi lagi. Hal tersebut terlihat pada saat Mamah Dedeh menyampaikan hal berikut:

“Rajanya duduk disinggah sananya datanglah anak buah iblis lapor hari ini saya menggoda si anu sehingga saya mencuri misalnya, hari ini menggoda si anu sehingga meninggalkan shalat, dan seterusnya. Lama datanglah iblis saya terlambat datang, emang kenapa saya goda itu orang yang rumah tangga sampai rumah tangganya hancur suaminya membenci istrinya, istrinya membenci suaminya lalu raja iblis mengacungkan jempolnya ini yang paling hebat menggoda manusia”.

Dalam hal ini kata diulang-ulang oleh Mamah Dedeh hal tersebut terkesan membingungkan, namun jika didekatkan sebenarnya Mamah Dedeh pandai dalam menyusun kata terlihat pada pernyataan Mamah Dedeh diatas bahwa beliau menyampaikan dengan cerita seorang iblis dalam menggoda manusia, dimana saat mendengarkan dakwahn tersebut kata-katanya membuat kita membayangkan hal tersebut.

Selain itu, masih di episode “Menikah Setelah Berbadan Dua” Mamah Dedeh juga menyematkan kata-kata yang sering digunakan oleh anak muda jaman sekarang yaitu pada saat Mamah Dedeh menyampaikan hal berikut ini:

“Orang yang belum menikah pada berbuat zina, zina itu jangankan zinanya PDKTpun haram”.

Kata-kata yang digunakan anak muda dimaksud adalah PDKT, PDKT sendiri merupakan kepanjangan dari Pendekatan, yang sering digunakan anak muda jika sedang mendekati orang yang disukainya. Dalam hal ini jelas bahwa pemilihan kata yang digunakan memang terkesan modern dan tidak terstruktur karena adanya pengulangan kata.

Selanjutnya, Episode Kedua yaitu “Anak Menuntut Harta Orang Tua” Pemilihan kata dalam penyampaian pesan dakwah sudah tersusun secara terstruktur dalam hal ini Mamah Dedeh dalam menyusun kata membahas tentang harta, anak, orang tua baru membahas tentang anak yang menuntut harta orang tua. Namun, ada kata yang digunakan Mamah Dedeh yang biasanya kata tersebut terdengar dengan kata-kata bahasa Betawi yaitu:

“Sekarang bagaimana kalau anak nuntut sama orang tua tadi Abdel bilang lo di sekolahin udah sarjana udah bekerja udah rumah tangga udah punya anak”.

Kata Lo itu biasanya digunakan anak Jakarta atau Betawi untuk merujuk ke kamu dan biasanya para Pendakwah jarang menggunakan kata-kata tersebut. Namun sebenarnya ada kata-kata yang salah diucapkan oleh Mamah Dedeh yaitu pada pernyataan berikut ini:

“Kalau sekarang baru meninggal seminggu udah ribut harta dibagiin apalagi maaf yang meninggal baru ayahnya misalnya maknya masih ada apakah tidak berfikir oleh kalian berapa perasaan seorang ibu”.

Kata berapa perasaan seorang ibu seharusnya bukan berapa tapi bagaimana perasaan ibu untuk menggambarkan perasaan yang dirasakan oleh Ibu.

Episode ketiga adalah bertema “Istriku ATMku” dalam episode ini Mamah Dedeh masih menggunakan kata-kata yang sopan dan tersusun secara terstruktur. Hal tersebut terlihat saat Mamah Dedeh membahas dari umum yaitu hubungan laki-laki dan perempuan dalam pernikahan menurut hukum islam lalu ke khusus yaitu masalah KDRT. Contohnya adalah sebagai berikut:

“Laki-laki mempunyai kewajiban memberikan sebagian rejekinya buat istrinya. Perempuan yang solehah perempuan yang menjaga kehormatan dirinya baik suaminya ada maupun tidak ada karena Allah telah menjaga telah menjaga mereka”.

Pernyataan tersebut merupakan perawalan dakwah Mamah Dedeh jelas bahwa pemilihan kata serta susunan kata terlihat baik dan terstruktur jadi Mamah Dedeh tidak langsung membahas tentang KDRT secara

langsung, hal tersebut dikarena Mamah Dedeh ingin memberikan Jama'ah ilmu dalam pernikahan menurut Islam terlebih dahulu.

Episode keempat adalah episode dengan tema “Menunggu atau Menjemput Ajal” dalam pemilihan kata dalam episode ini sebenarnya ada kata yang tidak tepat digunakan untuk seorang pendakwah yaitu pada saat Mamah Dedeh menyampaikan hal berikut:

“Dulu telinga yang tajam orang ngomong ditelepon tahu tidak perlu nanya siapa-siapa tajam banget makin tua makin tua jangan ditelepon orang ngajak ngomong ha ha ha? B O L O T ya del? Mari kita batuk bersama crot di depan pret di belakang itu adalah sms dari allah”.

Jika dilihat pesan dakwah yang disampaikan Mamah Dedeh pemilihan kata yang digunakan kurang baik dimana ada kata-kata yang seharusnya tidak pantas diucapkan seorang pendakwah yaitu bolot, padahal jelas bahwa Mamah Dedeh adalah pendakwah perempuan yang digandrungi masyarakat. Namun, terlepas dari itu sebenarnya penyusunan kata dari dakwah di episode ini juga terstruktur.

Episode kelima dengan tema “Istri KDRT Terhadap Suami” dalam episode tersebut penyusunan kata terstruktur dan Mamah Dedeh. Selain itu, Mamah Dedeh dalam episode ini menggunakan kata-kata yang baik, tak hanya itu dalam menyampaikan dakwahnya Mamah Dedeh juga menggunakan susunan kata yang baik contohnya adalah sebagai berikut:

“Binatang jalan merangkang kepala tempat otak kemaluan disini tempat nafsu rata, manusia jalan melenggang, kepala tempat otak, kemaluan tempat nafsu mana yang lebih tinggi, mana yang lebih tinggi? Artinya Allah mengatakan merasa manusia kalau ada masalah pake otak jangan pake nafsu, kalau pake otak gak bakalan masalah, bisa terselesaikan”.

Berdasarkan dakwah tersebut jelas bahwa dalam menggambarkan perbedaan manusia dan binatang Mamah Dedeh pintar dalam menyusun kata-kata, karena mamah dedeh dapat menggunakan kata-kata tersebut dengan baik.

Episode selanjutnya yaitu episode enam dengan tema “Selingkuh Dibalas Selingkuh” dalam penyusunan kata sudah terstruktur dimana Mamah Dedeh menyampaikan secara umum tentang pernikahan baru ke perselingkuhan. Namun, Mamah Dedeh menggunakan kata-kata anak muda dalam menyampaikan dakwah. Contohnya sebagai berikut:

“Siapa di antara anda yang pernah selingkuh ngacung siapakah disini yang saat ini sedang selingkuh ada gak yang punya rencana mau selingkuh yang pernah selingkuh taubat yang sedang selingkuh taubat yang punya rencana mau selingkuh jauh-jauh jangan dipunya rencanakan yang tidak baik selingkuh adalah dosa besar zina jangan zinanya pedekatenya aja dilarang, yang namanya selingkuh bikin sakit hati selingkuh dengan pasangan anda”.

Dalam menyusun kata-kata Mamah Dedeh sangat baik dapat dilihat pada episode ini dan episode-episode sebelumnya, namun Mamah Dedeh juga menggunakan kata yang kekinian atau yang trend sekarang ini seperti PDKTnya atau yang artinya pendekatannya. Selain itu, Mamah juga memilih kata-kata yang baik dalam episode ini tanpa ada kata-kata menyindir atau mengejek.

Selanjutnya episode ketujuh dengan tema “Orang Tua Durhaka” dalam episode ini pemilihan kata yang digunakan Mamah Dedeh baik dan sopan. Berikut merupakan contohnya:

“Orang tua yang mengasih nafkah ke anak dengan cara yang tidak halal misalnya dia korupsi, menipu, membohongi orang, nggak pernah bayar utang kebanyakan janji anak diberi makanan dari situ itupun orang tuanya durhaka kepada anaknya, apalagi lingkungan yang buruk maaf misalnya mereka tinggal dilingkungan prostitusi anak wajib dihijrah ke lingkungan yang lebih baik”.

Berdasarkan dakwah yang disampaikan Mamah Dedeh tersebut pemilihan kata yang digunakan Mamah Dedeh baik. Dimana Mama Dedeh menyusun kata dengan contoh yang ada disekitar masyarakat sehingga audiens atau jamaah lebih paham dengan maksud yang akan dia sampaikan.

Terakhir adalah episode kedelapan dengan tema “Fitnah Penghancur Rumah Tangga”. Dalam penyampaian dakwah episode ini Mamah Dedeh dalam pemilihan kata cukup baik namun mamah dedeh lebih sering

mengulang kata-kata tersebut dengan tujuan agar audiens atau jamaah yang dominan ibu-ibu lebih paham, berikut contohnya:

“Jangan yang namanya kabar langsung kita telan langsung berkomentar allah berfirman (robbana makholakta) ya allah ciptakan gak sia-sia. Mata kanan kiri telinga kanan kiri idung kanan kiri idung kanan kiri kaki kanan kiri mulut satu ditengah-tengah betul apa betul. Bukan hanya bentuk tubuh seperti ini semua merupakan simbol, hikmah bagaimana kita bersikap dalam hidup”.

Mamah Dedeh menyampaikan dakwahnya memilih kata yang berhubungan dengan tubuh kita yang merujuk ke alasan Allah memberikan tubuh dengan jumlah ini, setelah itu pernyataan dakwah tersebut Mamah Dedeh juga menyebutkan arti dari pernyataan tersebut.

C. Teknik Pengucapan

Teknik pengucapan merupakan salah satu teknik yang penting bagi seorang pendakwah. Perbedaan teknik pengucapan terletak pada tekanan atau jumlah suku kata. Teknik pengucapan mengandung arti ketepatan suatu nada. Teknik pengucapan melalui suara merupakan kemampuan manusia mengatur nada suara naik atau turun. Dalam dakwah teknik pengucapan dapat membantu efektivitas dalam penyampaian dakwah tersebut.

Bila hendak meyakinkan orang lain dan ingin mengajak orang lain itu mengerjakan sesuatu yang positif dan konstruktif, atau bila kita hendak menjawab keluhan dan kritik orang lain sehingga dapat meyakinkan akan sikap atau pendapatnya, maka keberhasilan dalam hal ini banyak dipengaruhi oleh teknik pengucapan. Teknik pengucapan dakwah tentu perlu diperhatikan agar dakwah mempunyai daya persuasif yaitu dengan mempengaruhi jiwa seseorang sehingga dapat membangkitkan kesadarannya untuk menerima dan melakukan suatu tindakan dakwah tersebut.

Analisis teknik pengucapan dimulai dari episode pertama yaitu “Menikah Setelah Berbadan Dua”. Teknik pengucapan pada episode tersebut menggunakan suara yang keras, tidak sopan, dan tegas dalam memberikan hukum Islam. Ketegasan terlihat pada Mamah Dedeh menjawab pertanyaan

dari Jama'ah atau *audienc* yaitu saat audiens menanyakan bagaimana seandainya ada seorang laki-laki nonmuslim pura-pura masuk islam karena ingin menikahi seorang muslimah? dan Mamah Dedeh menjawab dengan suara yang tegas yaitu:

“Makanya dalam islam hukumnya haram menikah dengan nonmuslim, orang muslim aja masih banyak kenapasih maksa amat. Tidak dikit mereka menikah dengan orang muslim pura-pura masuk islam baru setahun 2 tahun perempuannya ditarik makanya jaga jangan menikah dengan nonmuslim orang islam masih banyak nylampar dimana-mana kenapa tidak. Itulah kenapa rasul mengajarkan (hadis) menikahilahi seseorang karena keturunan, cantik, tampan, karena agama kalian ambil yang paling baik agamanya atau hidup kalian sengsara”.

Dalam pernyataan tersebut jelas bahwa Mamah Dedeh memberi pernyataan secara tegas bahwa haram hukumnya menikah dengan non muslim, serta menyarankan untuk mencari seagama padahal banyak orang yang seagama juga belum mempunyai pasangan, jadi kenapa harus dengan non muslim. Selain itu, masih pada episode yang sama dimana Mamah Dedeh terlihat tidak sopan dan tegas dalam memberikan jawaban berikut ini:

“Tidak ada satupun perbuatan yang tidak menanggung resiko. Anda katakan anda berzina berkali-kali, kayak binatang. Mungkin maaf “karena ketidak pengetahuan tentang agama” dosa luar biasa besar saya pengen tahu apakah yang pernah berzina dengan saya ingin bertobat juga mau menikahi saya tapi dengan syarat kalau saya melahirkan test DNA dia bukan anak saya akan menceraikan saya itu terserah anda, anda menikah tidak menikah zina yang berkali-kali tetap dipertanggungjawabkan dihadapan Allah silahkan kalau anda mau mencoba menikah dengan dia silahkan kalau anda tidak menikahpun tidak masalah karena zina anda tetap wajib dipertanggungjawabkan dihadapan Allah, anda wajib dirajam (hadis) penzina perempuan dan laki-laki di cambuk 100 cambukan yang sangat kuat”.

Terlihat dari dakwah Mamah Dedeh di atas bahwa Mamah Dedeh menyebut audiens atau jama'ah nya sebagai binatang karena perbuatannya yang berzina berkali-kali, Mungkin diakhirnya tetap ada kata maaf dari Mamah Dedeh namun hal tersebut jelas bahwa seorang pendakwah apalagi perempuan tidak sepatutnya berbicara seperti itu.

Selanjutnya, Episode Kedua yang bertema “Anak Menuntut Harta Orang Tua” Teknik pengucapan pada episode tersebut menggunakan suara yang keras, dan tegas dalam memberikan hukum Islam. Ketegasan terlihat pada Mamah Dedeh menjawab pertanyaan dari Jama’ah atau *audience* yaitu pada saat Mamah Dedeh Menjawab:

“Itu anak gak tahu malu, ngurusin orang tua, doain orang tua kelewatan banget jadi anak kuburannya masih merah udah minta harta sangat tidak pantas”.

Dalam dakwah tersebut Mamah menegaskan bahwa anak yang menuntut harta orang tua padahal orang tuanya baru saja meninggal itu anak yang tidak tahu malu, secara tegas Mamah Dedeh menyebutkan seperti itu. Selain itu, Mamah juga menyatakan dengan keras dan tegas bahwa:

“Anak boleh minta tapi sesuai kadar kemampuan jangan yang diluar batas kemampuan apalagi yang menyusahkan orang tua tidak sedikit orang tua yang curhat ke saya karena anaknya terlalu merong-rong anda bayangkan (arab) ridanya allah adalah rida orang tua, murkanya Allah atas Murka orang tua jangan menjadikan orang tua kita murka cari rejeki sendiri karena kita diberikan kehidupan oleh Allah rejekinya ada di hamparkan didunia selama kita mau mencari jangan ngerong-rong yang sudah dimiliki oleh orang tua”.

Pertanyaan tersebut ditegaskan dan disebutkan dengan suara yang keras agar para jamaah sadar bahwa Ridha Allah adalah Ridha Orang Tua dan Murka Allah adalah Murka Orang Tua jadi kita tak sepatutnya untuk menyusahkan ataupun durhaka terhadap orang tua.

Episode ketiga adalah dengan tema “Istriku ATMku” dalam episode tersebut teknik pengucapan yang diucapkan Mama Dedeh Keras dan Tegas, hal tersebut terdengar saat Mamah Dedeh menyampaikan hal berikut:

“Kalau kita sebagai perempuan hanya bisa mengandalkan suami apalagi bergitu menikah hanya tetap tinggal dirumah rugi mati akal bukankah kita lama kita disekolahkan di TK, SD, SMP, SMA, S1, S2”

Maksud Mama Dedeh menyatakan hal tersebut secara tegas dan keras adalah untuk memberikan dorongan kepada para Istri agar kita tidak menggantungkan diri kepada suami padahal pendidikan kita juga tinggi.

Episode keempat adalah dengan tema “Menunggu atau Menjemput Aja!” dalam pengucapan di episode ini masih sama dengan sebelumnya dalam menyampaikan hukum islam Mamah Dedeh masih terdengar keras dan tegas berikut contohnya:

“Makanya udah pada tua jangan nonton tipi mulu, udah pada tua jangan sms an mulu seperlunya aja tinggal banyak ibadah cucu diomelin mulu, kapan benernya ngomel mulu inget ngaca kisutnya makin banyak”.

Dalam menyampaikan hal tersebut mamah Dedeh meninggikan suaranya agar para masyarakat tahu jika kita sudah tua jangan hanya membuang waktu dengan hal-hal yang tak berguna tetapi kita harus menggunakan waktu untuk hal-hal yang baik seperti beribadah.

Episode kelima dengan tema “Istri KDRT Terhadap Suami” dalam menyampaikan dakwahnya Mamah Dedeh tegas dan lantang dalam menyampaikan hukum Islam. Dalam hal ini Mamah Dedeh mempertegas hukum Islam dalam hubungan antara suami dan istri berikutnya contohnya:

“Kalau seandainya orang rumah tangga menikah begitu menikah engkau milikku aku milikmu itu salah, misalnya saya punya cangkir itu milik saya boleh buat kopi pait, kopi manis, teh pait, teh manis, buat air putih dilempar dibuang dipecahin ditendang dikasih tetangga taruh lemari taruh digot boleh milik.

Kalau perempuan menikah dengan laki-laki engkau milikku aku milikmu rugi boleh ditampol, boleh ditendang, boleh dipukul, boleh dikasih orang, boleh diapa-apain, boleh buat bayar utang dan seterusnya Allah maha adil orang yang menikah sakinah mawadah warahmah dan jawaz adalah pasangan saling menjaga, saling mencintai, saling tolong menolong, saling bermusyawarah, kemudian juga saling memaafkan kalau ada kesalahan mana yang paling berhak dalam hidup rumah tangga suami kepala keluarga”.

Dalam penyampaian dakwah tersebut Mamah Dedeh mempertegas bahwa anggapan masyarakat saat ini salah dimana masyarakat menganggap setelah menikah para suami istri menganggap suami adalah milik istrinya dan istrinya milik suaminya. Sehingga Mamah Dedeh mencontohkan dengan hal-hal yang ada di sekitarnya.

Keenam adalah episode yang bertema “Selingkuh Dibalas Selingkuh”. Dalam episode ini teknik pengucapan masih sama yaitu tegas, percaya diri dan keras karena Mamah Dedeh juga terkenal dalam menyampaikan dakwahnya dengan suara tegas, percaya diri dan keras. Berikut merupakan contoh dalam episode ini:

“Saya yakin siapapun kita sebagai istri sebagai suami kalau punya suami kalau punya istri selingkuh pasti sakit. Kita sudah berusaha setia berusaha mencintai setulus hati berusaha selalu didepan dia yang terbaik kita berikan tau-tau diselingkuh luar biasa sakitnya”.

Ketegasan terlihat pada saat Mamah Dedeh menanyakan kepada para audiens atau jamaah, ketegasan tersebut juga dimbuhi dengan rasa percaya diri bahwa setiap orang yang diselingkuhi oleh pasangannya pasti merasakan sakit.

Selanjutnya episode ketujuh dengan tema “Orang Tua Durhaka” dalam pengucapan penyampaian dakwah Mamah Dedeh terdengar tegas dan keras dalam menegakkan hukum islam. Pengucapan secara tegas dan keras terdengar pada saat Mamah Dedeh menyampaikan hal berikut:

“Apalagi kalau orang tua ngomong kotor “anak bandel bener sih” “dasar kodok kamu” itu orang tua yang durhaka. “Dasar Bodoh Kamu” ingat ucapan dalam mulut kita adalah doa yang akan dikabul oleh Allah. Orang tua seperti itu adalah orang tua yang durhaka”.

Dalam hal ini Mamah Dedeh menyampaikan dengan tegas dan keras bahwa kita tidak boleh memarahi anak dengan kata-kata yang tidak baik, karena kebanyakan di masyarakat sekarang ini orang tua jika memarahi anaknya apapun akan keluar dari mulutnya.

Episode kedelapan dengan tema “Fitnah Penghancur Rumah Tangga”, episode ini adalah yang terakhir kita bahas. Dalam episode ini sama dengan episode sebelumnya dalam menyampaikan dakwahnya tentang fitnah Mamah tegas dan keras karena itu merupakan ciri khas dari Mamah Dedeh. Contohnya adalah berikut ini:

“Ah jangan sotoy lo yang kamu tidak melihat langsung tidak mendengar langsung jangan SOK TAHU. Kata si anu ini, kata siapa

kata si anu LOE LIHAT GAK? LO DENGGER GAK? Semua yang kita ucapkan dipertanggungjawabkan kepada Allah”.

Mamah Dedeh menyampaikan hal tersebut dengan tegas karena untuk mengantisipasi kita bahwa jika kita mendapatkan berita itu jangan langsung diterima, dilihat dulu faktanya baru kita terima tidak langsung ikut berkomentar apalagi berkomentar hal yang jelek.

D. Penyampaian Sumber Pesan dalam Komunikasi

Sumber sebagai salah satu unsur dalam unsur-unsur komunikasi adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan yang hendak disampaikan. Sumber sebagai salah satu unsur dalam unsur-unsur komunikasi dapat berwujud dalam berbagai bentuk. Selain itu, pesan sebagai salah satu unsur dalam unsur-unsur komunikasi dapat dipahami sebagai materi yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan dapat disampaikan oleh komunikator dalam berbagai cara, misalnya saja melalui kata-kata, nada suara, hingga gerak tubuh dan ekspresi wajah.

Dalam komunikasi dakwah sering terjadi ketidaksinkronan antara maksud yang hendak disampaikan oleh seorang pendakwah dengan pesan yang diterima oleh para pendengar. Apabila maksud yang dikomunikasikan tidak sampai sesuai dengan yang dimaksudkan, hal ini dapat menimbulkan kesalahpahaman, atau ketegangan antara kedua belah pihak, apalagi hal ini menyangkut keyakinan. Pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah adalah yang disampaikan da'i kepada mad'u. Istilah komunikasi pesan juga disebut dengan message, content atau informasi. Berdasarkan penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau menggunakan sarana media (Ilaihi, 2010: 98).

Syarat pertama yang diperhatikan dalam merencanakan dan menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi (maddah) dakwah yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Dalam ilmu komunikasi dijelaskan bahwa syarat utama sebuah pesan dalam mempengaruhi khalayak, ialah pesan

itu mampu membangkitkan perhatian khalayak. Hal ini juga berkaitan dengan faktor siapa (da'i atau mubaligh) yang akan menyampaikan atau menyajikan pesan dakwah tersebut. Karena suatu pesan dakwah yang sama, tetapi disampaikan oleh dai yang berbeda kepada khalayak yang sama akan menimbulkan efek yang berbeda. Begitupun suatu pesan yang sama disampaikan oleh dai yang sama, tetapi kepada khalayak yang berbeda, juga akan menimbulkan efek yang berbeda pula (Arifin, 2011: 249).

Segala pesan yang amar ma'ruf nahi mungkar, yang bersumber dari al- Qur'an dan Hadis dan tidak bertentangan dengan keduanya adalah pesan dakwah. Nilai-nilai ajaran Islam secara implisit maupun eksplisit tertuang dalam kedua sumber tersebut. Pesan atau materi dakwah harus disampaikan secara menarik dan tidak monoton sehingga merangsang objek dakwah untuk menerima dan mengamalkannya (Amin, 2003: 88).

Dalam penyampaian pesan dakwah harus menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan dan kepentingan khalayak sebagai manusia atau sebagaimakhluk sosial, maka pesan harus direncanakan. Perencanaan disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik khalayak. Khalayak harus diajak dan harus dimohon atau dibujuk dengan pesan dakwah persuasif dan metode persuasif (Arifin, 2011: 246).

Analisis pertama yaitu episode “Menikah Setelah Berbadan Dua” dalam penyampaian sumber pesan dakwah karena dapat dipertanggungjawabkan dari Al-Qur'an dan hadist. Dalam dakwah di episode tersebut Mamah Dedeh juga menyebutkan surat Al-qur'an yang contohnya sebagai berikut:

“Anda lihat Surat Bani Israil Al-Isra ayat 32

وَلَا تَقْرَبُوا الزِّنَا إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا

jangan mendekati perbuatan zina, zina itu perbuatan yang sangat keji dan perbuatan yang hina”.

Jelas bahwa Mamah Dedeh memang dalam menyampaikan dakwahnya didasari pada Al-Qur'an. Selain itu, dalam episode ini Mamah Dedeh juga menyampaikan

“Biasanya yang namanya hukum yang lain dalam Al-Qur’an dimulai pada laki-laki baru perempuan aneh tapi nyata dalam hukum zina Allah berfirman

الزَّانِيَةُ وَالزَّانِي penzina perempuan baru penzina laki-laki kenapa para ahli tafsir mengatakan kebanyakan dalam “orang yang berbuat zina dimulai dari godaan seorang perempuan”, laki-laki tidak niat berzina perempuannya heyyy (mamah dedeh memperagakan ketika perempuan menggoda).”

Dalam pernyataan-pernyataan tersebut jelas dalam menyampaikan dakwah tentang perzinaan mamah dedeh tidak asal menyampaikan tapi penyampaian pesan dakwahnya memang didasari oleh Al-Qur’an dan Firman-Firman Allah SWT.

Selanjutnya, Episode kedua dengan tema “Anak Menuntut Harta Orang Tua” dalam episode ini penyampaian sumber juga didasarkan pada Al-Qur’an dimana Mamah Dedeh menyebutkan

“Saya harus wariskan ini ini ini boleh kita ninggalin anak warisan boleh Allah berfirman

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

An-Nisa ayat 9 jika kalian takut meninggal anak turunan kalian yang lemah yang miskin yang miskin harta miskin ilmu miskin iman miskin islam miskin segala-galanya Allah tidak berkehendak maka kita didik anak”

Jelas bahwa Mamah Dedeh tidak asal menyampaikannya tapi dakwah yang disampaikan Mamah Dedeh memang sudah disebutkan didalam Al-Qur’an.

Episode ketiga adalah bertemakan “Istriku ATM ku” dalam episode ini masih sama dengan episode-episode sebelumnya Mamah Dedeh dalam menyampaikan pesan dakwah didasari pada Al-Qur’an dan Hadis. Ayat Al-Qur’an terdengar disebutkan oleh Mamah Dedeh saat menyatakan:

“Anda lihat bagaimana seorang perempuan hebat anda lihat Surah Al-Baqarah ayat 158

إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ

saya tanya anda kalau kita haji kalau kita umrah melakukan sya’I menapak tilas perbuatan Shafa dan Marwa. Lihat juga Siti Khajar.

Artinya jadi perempuan kita mempelajari dari Siti Khajar kalau jadi perempuan jangan tinggal diam. Itu adalah gambaran kehidupan kita”.

Lihat bahwa Mamah Dedeh tidak asal dalam menyampaikan pesan dakwah, Mama Dedeh juga menyampaikan dari sumber pesan yang akurat dalam hukum Islam yaitu Al-Qur'an. Selain itu, Mamah Dedeh juga menyampaikan pesan dari kisah-kisah jaman Para Nabi yang memang sudah terjadi.

Episode keempat adalah episode dengan tema “Menunggu atau Menjemput Ajal” dalam episode tersebut penyampaian sumber pesan yang disampaikan Mamah Dedeh didasarkan pada Al-Qur'an. Hal tersebut terlihat pada saat Mamah Dedeh menyampaikan hal berikut ini:

“Manusia mengalami lima alam: alam ruh, alam Rahim, alam dunia, alam kubur, alam akhirat. Pertama di alam ruh hanya allah yang tahu وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ قُلِ الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ رَبِّي وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا bani israil 85 dan mereka bertanya kepadamu tentang roh. Katakanlah: "Roh itu termasuk urusan Tuhan-ku, dan tidaklah kamu diberi pengetahuan melainkan sedikit. Alam Rahim

يَخْرُجُ مِنْ بَيْنِ الصُّلْبِ وَالتَّرَائِبِ خُلِقَ مِنْ مَّاءٍ دَافِقَانِهِ عَلَى رَجْعِهِ لِقَائِهِ at-tarik 8,6,7 Sungguh, Allah benar-benar kuasa untuk mengembalikannya (hidup setelah mati), Dia diciptakan dari air (mani) yang terpancar, dan yang keluar dari antara tulang punggung (sulbi) dan tulang dada makanya jangan belaku didunia jangan sombong kita ini dari air yang terpanjar dari tulang sum-sum lagi-lagi dan tulang dada perempuan. Masuk alam ketiga alam dunia dari lahir ke alam dunia sampai meninggal dunia anda lihat dalam Surat Ar-Rum ayat 34

لِيَكْفُرُوا بِمَا آتَيْنَاهُمْ فَتَمَتَّعُوا فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ

aku lahir kan dari kuat kuat kuat sampai lemah lemah lemah.”

Dari pernyataan diatas jelas bahwa dalam menyampaikan pesannya Mamah Dedeh tidak asal-asalan beliau menggunakan menyampaikan pesan dakwah yang bersumber secara langsung dari Al-Qur'an.

Episode kelima dengan tema “Istri KDRT Terhadap Suami” dalam episode ini penyampaian pesan dakwah bersumber pada Al-Qur'an contohnya adalah sebagai berikut:

“Allah menyatakan dalam Surat Al-Mu’minu ayat 5-6

وَالَّذِينَ هُمْ لِأُفْرُوجِهِمْ حَافِظُونَ إِلَّا عَلَىٰ أَزْوَاجِهِمْ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُمْ فَإِنَّهُمْ غَيْرُ مَلُومِينَ

tanda orang yang beriman yang bahagia orang tadi tidak pernah selingkuh, dia menjaga kehormatan istrinya kecuali dengan pasangan masing-masing artinya dengan ayat ini kalau ada manusia yang berselingkuh dia kata allah bukan orang yang beriman”.

Dalam pernyataan tersebut Mamah Dedeh tidak menyebutkan secara langsung arti dari ayat tersebut, hanya saja Mamah Dedeh menyebutkan makna dari ayat tersebut tanpa harus menyebutkan artinya sebenarnya arti dari ayat tersebut adalah “dan orang-orang yang menjaga kemaluannya, kecuali terhadap isteri-isteri mereka atau budak yang mereka miliki; maka sesungguhnya mereka dalam hal ini tiada tercela”.

Selanjutnya adalah episode ketujuh yang bertema “Orang Tua Durhaka” dalam penyampaian dakwah tersebut Mamah Dedeh bersumber dari kisah Sahabat Nabi yaitu sebagai berikut:

“Contoh jaman Umar Bin Khatab dia seorang khalifah ada seorang laki-laki datang wahai amrul mukminin saya punya anak ini anak durhaka kepada saya lalu dipanggilah anak tadi ditanya betul kamu anak si anu betul kamu durhaka terhadap orang tuamu, anak ini nanya lagi apakah nanya anak ada hak dari orang tuanya ada apakah hak dari seorang anak? Kata tuh anak satu mencari calon yang baik, yang kedua memberikan nama yang baik, yang ketiga mengajarkan alquran. Anak tadi menjawab wahai amirul mu’min satu pun tidak diberikan oleh ayah saya ayah saya menikahi seorang budak belia orang majusi yang berkulit hitam. Yang kedua memberi nama saya Ju’al yang artinya tikus atau cecurut, yang ketiga ayah saya tidak mengajarkan satu huruf pun dari al-qur’an jadi artinya apa dibilangin oleh umar bin khatab wahai kamu mengadukan anakmu yang durhaka sebelum anakmu durhaka kamu dulu durhaka.”

Selain, dari kisah Sahabat nabi Mamah Dedeh juga dalam menyampaikan dakwahnya bersumber pada Alqur-an contohnya sebagai berikut:

“Islam itu agama yang seimbang

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا

tuntutlah apa yang Allah ajarkan tentang akhirat jangan lupa urusan dunia ajarkan kepada anak kapan ngurusin keduniaan kapan ngurusin akhirat. Hati-hati kita jadi orang tua jangan jadi durhaka, karena buah jatuh tidak jauh dari pohonnya”.

Ayat tersebut merupakan Surat Al Qashshah ayat 77 yang memiliki arti “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi”.

Terakhir adalah episode kedelapan dengan tema “Fitnah Penghancur Rumah Tangga” dalam menyampaikan dakwah di episode tersebut Mamah Dedeh dari sumber Hadis dan Al-qur’an berikut contohnya:

“Suatu ketika Rasul ditanya oleh sahabatnya “Ya Rasulullah kalau kita membicarakan seseorang apa yang benar-benar ia lakukan, Rasul mengatakan itu namanya gibah (mengumpat) kalau kau melebihkannya itu berbohong dan itu adalah fitnah Allah berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 17:

مَثَلُهُمْ كَمَثَلِ الَّذِي اسْتَوْقَدَ نَارًا فَلَمَّا أَضَاءَتْ مَا حَوْلَهُ ذَهَبَ اللَّهُ بِنُورِهِمْ وَتَرَكَهُمْ فِي ظُلُمٍ لَا يُبْصِرُونَ

fitnah lebih jahat daripada pembunuhan”.

Berdasarkan uraian tersebut jelas bahwa Mamah Dedeh dalam menyampaikan pesan dakwah tidak asal menyebutkan tetap memang benar ada sumber yang mengatakan atau menyebutkan hal tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Gaya komunikasi dakwah yang disampaikan oleh Mamah Dedeh pada Acara “Mamah dan Aa Beraksi” dalam penelitian ini dapat dilihat dari pemilihan bahasa, pemilihan kata, teknik pengucapan, dan penyampaian sumber pesan dalam komunikasi. Dari segi pemilihan bahasa, Mamah Dedeh dalam berdakwah menggunakan bahasa Indonesia dengan ciri khas bahasa Mamah Dedeh yaitu Betawi dan Sunda. Mama Dedeh menggunakan bahasa yang baik serta mudah dipahami oleh *audience*, jama’ah, mad’u. Kedua, pemilihan kata menyesuaikan pesan yang disampaikan secara terstruktur kepada *audiens*. Ketiga, teknik pengucapan menggunakan suara yang keras dan ketegasan dalam memberikan hukum Islam. Keempat, sumber pesan yang dapat dipertanggungjawabkan dari Al-Qur’an dan hadist.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang peneliti berikan dengan kaitanya dengan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk pendakwah, diharapkan seorang komunikator dapat menyampaikan pesanya dengan baik, jelas, ringkas dan tidak berbelit-belit, supaya komunikan (jama’ah, mad’u atau *audience*) lawan bicara dapat menangkap pesan yang disampaikan sehingga terjalin komunikasi yang efektif dan tidak terkena gangguan (*noise*). Karena pemahaman yang dilakukan secara persuasif dan dilakukan terus menerus akan menimbulkan kesadaran dalam diri jamaah.
2. Untuk peneliti selanjutnya, pembaca yang juga ingin dan berniat meneliti mengenai gaya komunikasi dakwah ustadz agar dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain yang belum diangkat oleh penelitian ini, agar lebih dikembangkan mengenai gaya komunikasi baik itu komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- A.W. Widjaja. 2002. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : PT. Bumi. Aksara.
- Abercrombie, N., Hill, S., dan Turner, B. S. 2010. *Kamus Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ahmadi, Rulam. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruz Media.
- Al Qusyari. An Naisabiri, 621 H, *Soheh Muslim*. Libanon: Darul Kutub.
- Alfian, Muhammad Ivan. 2015. *Dakwah Fardiyah*. AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 3 No. 1.
- Amin, Samsul Munir, 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah.
- An-Nabiry, Fathul Bahri, 2008. *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i*, Jakarta: Amzah.
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer (Sebuah Studi Komunikasi)*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnaslitik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktek*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi. Cet. XII*. Jakarta: PT.Raja Grafindo.
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2013. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- DeVito, Joseph A. 2007. *The Interpersonal Communication Book*. Edisi 11. Pearson Educations, Inc.
- Didin Hafidhuddin, 1998, *Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani.

- Djaliel, Maman Abdul dan Rafi'udin. 1997. *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Effendy, Onong Uchijana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Cet ke-3. Bandung: PT. Itra Aditya Bakti.
- Enjang, AS. 2009. *Komunikasi Konseling*. Bandung: Nuansa.
- Hasanuddin, A.H. 2005. *Bekal Langkah Berdakwah*. Jakarta: Media Dakwah.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kementerian Agama RI. 1996. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Semarang: Tanung Mas Inti.
- Kuswandi, Wawan. 2007. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Isi Media Televisi*.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mahmuddin. 2004. *Manaemen Dakwah Rasulullah*. Jakarta: Restu Ilahi.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, Asep Saiful. 1999. *Jurnalistik Pendekatan Teori & Praktik*. Jakarta: PT Logos Wacana Ilmu.
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 2011. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media (Terjemahan: Tjun Surjaman)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pimay, Awaluddin. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah Prof KH Syaifudin Zuhri*. Semarang: Rasail.
- Pimay, Awaluddin. 2006. *Metodologi Dakwah*. Semarang: Rasail.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rohim, Syaiful. 2016. *Teori Komunikasi: Perspektif, ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Romli, Asep Syamsul. 2013. *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*. ASM.
Romli, www.romelteat.com
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- S., Rema Karyanti. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sendjaja, S. Djuarsa. 1996. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sholeh, Shonhadji. 2011. *Sosiologi Dakwah*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. 2013. *Ilmu Dakwah*. Bandung: Remaja Kosdakarya.
- Suisyanto. 2006. *Pengantar Filsafat Dakwah*. Yogyakarta: Teras.
- Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. Jakarta: PT. Buku Seru
- Sutisno P.C.S., 1993. *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. Jakarta: PT Grasindo.
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas.
- Widjaja H.A.W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Widjaja H.A.W. 2008. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara

Jurnal/Skripsi:

- Amelia, Rizka. 2017. *Gaya Komunikasi Dakwah Bil-Lisan yang digunakan Ustadz di Majelis Taklim*. Skripsi. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- Amin, Syamsul Munir. 2003. *Tajdid al-fikrah fi al Da'wah al Islamiyah, Makalah bahasa Arab dalam perkuliahan Dakwah*, Wonosobo: Al Jami'li Ulum Al qur'an Jawa Al Wustho.

- Ferdian. 2013. *Analisis Deskriptif Gaya Komunikasi Ustadz Soleh Mahmoed (Ustadz Solmed) dalam Berdakwah*, Skripsi. Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam.Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi.UIN Syarif Hidayatullah.Jakarta.
- Gunadi, 2009, *Pengaruh Tayangan Program “Mamah & Aa” Di Indosiar Terhadap Pengetahuan Khalayak (Survey Terhadap Kaum Ibu Majelis Ta’lim Al-Hikmahdi Kelurahan Duri Kepa Jakarta Barat) Periode Februari – April 2009*, Skripsi. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Gunawan, Sharla Angelina. 2017.*Gaya Komunikasi Kepala Cabang Perusahaan X di Kantor Cabang Surabaya dalam Mendukung Kinerja Karyawan*.Jurnal E-Komunikasi Vol 5.No.1.
- Hidayat, Arip. 2011.*Analisis Pola Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Asing UIN Jakarta: Perspektif Gegar Budaya*. Skripsi S1 Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ma’arif, Bambang Saiful. 2009. Pola Komunikasi Dakwah KH. Abdullah Gymnastiardan KH. Jalaluddin Rakhmat. MIMBAR, Vol. XXV, No. 2 (Juli - Desember 2009): 161-180.
- Novianti, Riska Dwi, dkk.2017.*Komunikasi Antarpribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi (Suami Dan Istri) Keluarga Didesa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah*.e-journal “Acta Diurna” Volume VI. No. 2.
- Ramadanty, Sari. 2014. *Penggunaan Komunikasi Fatis Dalam Pengelolaan Hubungan Di Tempat Kerja*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 5, Nomor 1.
- Sa’adah, Nurus. 2005. *Perspektif Dakwah Terhadap Konsep Zikir Muhammad Arifin Ilham*. Semarang: Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.
- Sari, Ambar Wulan.2016. *Pentingnya Ketrampilan Mendengar Dalam Menciptakan Komunikasi Yang Efektif*. Jurnal EduTech Vol. 2 No. 1.
- Wahyuningsih, Sri. 2017. *Dakwah Melalui Tayangan Televisi (Analisis Isi Pesan Dakwah tentang Materi Solusi KDRT dalam Program Mamah dan Aa beraksi Pada Tahun 2017)*. Skripsi. Universitas IAIN Salatiga.
- Yulista,Year. 2016. *Gaya Komunikasi Mubaligh Dalam Sorotan Publik*. Mawa`izh, Vol. 1, No. 7.
- Zaini, Ahmad. 2016. *Analisis Metode Ceramah Mamah Dedeh Dalam Acara Mamah Dan Aa Beraksi Di Indosiar Dengan Tema “Orang Ketiga*

Perusak Keluarga". AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam.
Vol. 4 No. 2.

Lainnya:

Lihat an-Nahl: 125

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhammad Rosyid Ardiyansah
Jenis kelamin : laki –laki
Tempat tanggal lahir : Demak 8 April 1993
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Status Perkawinan : Belum menikah
Tinggi, Berat Badan : 150 cm, 50 kg
Alamat : Ds. Kendaldoyong Rt.03/Rw.03 Kec. Wonosalam Kab. Demak
Nama Ayah : Drs. H. M. Gihan Supeno
Pekerjaan Ayah : Wiraswsta
Nama Ibu : Dra. Rosyidah
Pekerjaan Ibu : Wiraswsta
Alamat : Ds. Kendaldoyong Rt.03/Rw.03 Kec. Wonosalam Kab. Demak

RIWAYAT PENDIDIKAN

Formal

MI Miftahussalam Wonosalam, Demak	lulus tahun	2006
MTs. NU Jogoloyo, Demak	lulus tahun	2009
MAN Demak, Jogoloyo, Demak	lulus tahun	2012

Informal

Pondok Pesantren Al-Falah Jogoloyo, Wonosalam, Demak

Muhammad Rosyid Ardiyansah